

Sigara Paketleri Üzerinde Yer Alan Sağlık Uyarılarının Sigara Kullanıcıları Üzerindeki Etkileri Konusunda Bir Derleme

A Review on the Effects of Health Warnings Printed on Cigarette Packages on Smokers

Meryem Kaynak Malatyalı¹, Ayda Büyüksahin Sunal²

¹Arş.Gör., ²Doç.Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Ankara

ÖZET

Sigara paketleri üzerine uyarı mesajlarının yazılması sigara ile mücadele kapsamında uygulanan politikalar-dan biridir. Her gün milyonlarca kişi bu uyarı mesajlarına maruz kalmaktadır. Bu nedenle, sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı mesajlarının etkinliğinin artırılması ve bireyler üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi önemli hale gelmektedir. Bu çalışmada sigara paketleri üzerindeki sağlık uyarıları ile ilgili yapılmış çalışmaların ele alınması amaçlanmıştır. Bu kapsamda ilk olarak sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı mesajlarının tasarımına (hem resim hem metin içeren birleşik uyarılar mı yoksa sadece resim ya da metin uyarıları mı kullanılmalı?; düz paket uygulamasına geçilmeli mi? gibi) ilişkin çalışmalar gözden geçirilmiştir. Ardından, sigara uyarılarının tasarımının yanı sıra uyarılarda verilen mesajların içeriği de (örn., mesajların çerçevesi) sigara kullanma davranışı üzerinde etkili olabildiği için bu konuyla ilgili yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Ek olarak, sigara paketleri üzerinde yer alan rahatsız edici uyarı mesajları bazı sigara kullanıcıları üzerinde savunmacı tepkilere yol açabilmektedir. Bu bağlamda rahatsız edici sigara uyarılarına yönelik savunmacı tepkiler, psikolojik tepkisellik (1), bilişsel çelişki (2), dehşet yönetimi (3) ve benlik-olumlaması kuramları (4) çerçevesinde ele alınmaya çalışılmıştır. Son olarak, bu savunmacı tepkilerin nasıl azaltılabileceği (düz cümle yerine soru cümlesi yazılması vb.) ilgili alan yazın temelinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Sigara Kullanımı, Sigara Uyarıları, Sigara Paketi, Sigaraya Yönelik Rahatsız Edici Sağlık Uyarıları

SUMMARY

Printing warning messages on cigarette packages is one of the policies against smoking. Millions of people are exposed to these warning messages every day. Therefore, it is essential to improve the effectiveness of these messages and evaluate their effects on individuals. This study aims to discuss the studies investigating health warnings on cigarette packages. In this context, studies about the design of warning messages (e.g. Should we use combined warnings which contain pictorials and texts together or should they contain only pictorials or only texts?; Do we need to return to plain packages?) on cigarette packages were reviewed. Then, studies related to the content of the messages were reviewed since the content of the messages (i.e. message framing) could also be effective on smoking just as the package design. Graphic warning labels on cigarette packages may generate defensive reactions. In this regard, these defensive reactions against graphic warning labels were addressed within the frameworks of psychological reactance theory (1), cognitive dissonance theory (2), terror management theory (3) and self-affirmation theory (4). Finally, how these defensive reactions could be reduced (e.g. framing sentences as questions instead of affirmative sentences) was reviewed on the basis of related literature.

Key Words: Smoking, Cigarette Warning Labels, Cigarette Package, Graphic Cigarette Health Warning Labels.

(*Klinik Psikiyatri* 2017;20:137-149)

DOI: 10.5505/kpd.2017.36349

GİRİŞ

Sigara en önemli önlenabilir ölüm nedenlerinden biridir. Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) (5) raporuna göre her yıl dünyada yaklaşık altı milyon kişi sigaranın yol açtığı hastalıklardan ölmektedir. Ülkemizde sigara kullanımı oranları incelendiğinde ise, 2012 yılında nüfusun %27.1'inin (14.8 milyon yetişkin) sigara kullandığı belirtilmektedir (6). Yaygın sigara kullanımının önüne geçmek ve dolayısıyla sigaraya bağlı ölümleri azaltmak amacıyla birçok ülkede çeşitli politikalar uygulanmaktadır. Bu doğrultuda, DSÖ, 2003 yılında tütün kullanımının oluşturduğu tehditle küresel anlamda baş etmek ve tütün ürünleri pazarını kontrol etmek amacıyla 'Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi'ni (TKÇS) kabul etmiş, Türkiye de 2004 yılında bu sözleşmeyi imzalayarak yürürlüğe sokmuştur (7). TKÇS çerçevesinde 'dumansız hava sahası', 'sigara vergilerinin artırılması' ve 'sigara içenlere sigarayı bırakma desteği sağlanması' gibi politikalar uygulanmaya başlanmıştır. Bu politikalardan biri de sigara paketlerinin üzerine uyarı mesajlarının yazılmasıdır (TKÇS, Madde 11). TKÇS Madde 11'de bu uyarıların tasarlanmasına ilişkin 'Büyük, açık, görülebilir ve okunabilir olmalıdır' ve 'Dönüşümlü olarak kullanılmalıdır' gibi beş hüküm yer almaktadır. Bu uyarı mesajlarıyla sigara kullanıcılarının sigarayı bırakmaları ya da azaltmaları ve sigara kullanmayan bireylerin de sigara kullanmalarının önlenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, Kanada, Amerika, Avustralya ve Türkiye gibi birçok ülkede sigara paketlerinin üzerine sağlık uyarıları yerleştirilmiştir. Türkiye'de, 2005 yılında yürürlüğe giren 'Tütün Mamullerinin Zararlarından Korumaya Yönelik Üretim Şekline, Etiketlenmesine ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik' (8) uyarınca 14 farklı yazılı sağlık uyarısı sigara paketleri üzerine basılmaya başlanmıştır. Sonrasında adı geçen yönetmelikte değişiklikler yapılmış ve 2010 yılından itibaren sigara paketlerinin geniş dış ön yüzünde resim ve metnin bir arada bulunduğu 14 farklı birleşik uyarı kullanılmaya başlanmıştır (9). Paketin geniş dış arka yüzüne ise "Sigara içmek öldürür" ya da "Sigara içmek size ve çevrenizdekilere ciddi zararlar verir" genel uyarılarından birinin basılması gerekmektedir. Birleşik uyarılar geniş dış yüzeyin en az % 65'ini, genel uyarılar ise diğer geniş dış yüzeyin en az %30'unu kaplamak zorundadır.

Sigara kullanımıyla ilgili Küresel Yetişkin Tütün Araştırması (Global Adult Tobacco Survey) (6) raporu incelendiğinde her gün düzenli olarak sigara kullananlar günde ortalama 19.2 adet sigara tüketmektedirler. Ayrıca aynı rapora göre sigara kullanıcılarının %94.3'ü sigara paketleri üzerinde yer alan sağlık uyarılarına dikkat etmektedirler. Düzenli sigara kullanıcılarının bu uyarılara sıklıkla maruz kaldıkları ve çoğunlukla da bunlara dikkat ettikleri göz önünde bulundurulduğunda, bu uyarıların hem etkinliğinin hem de maruz kalan bireyler üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Bu nedenle çalışmada, sigara paketleri üzerindeki sağlık uyarılarının bu uyarılara en fazla maruz kalan düzenli sigara kullanıcıları üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmada öncelikle sigara uyarılarının tasarımı sonrasında içeriği ele alınmıştır.

Sigara Paketleri Üzerindeki Uyarıların Tasarımı

Birçok tutum değişimi ve ikna kuramı bir mesajın sunulma şeklinin onun kabul edilmesinde önemli rol oynadığını öne sürmektedir. Bu ikna kuramlarından biri olan Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli (10) bireylerin bir mesajı o an içinde bulunduğu koşula göre iki farklı yoldan işleyeceğini öne sürmektedir: merkezi yol ve çevresel yol. Modele göre, bireyler bir mesaja maruz kaldıklarında o mesajı işleyebilecek güdü ve yeteneğe sahiplerse o mesaj üzerinde dikkatli bir şekilde düşünürler ve ona göre karar verirler (merkezi yol). Bununla birlikte, kişiler mesaja maruz kaldıklarında bu mesajı işlemeye yetecek güdü ve yeteneğe sahip değillerse bu mesajı daha çok çevresel yollarla işlerler. Bir başka deyişle, mesajın dışsal özellikleri, yani çevresel ipuçları, o mesajın ikna ediciliği üzerinde etkili olmaktadır. Özellikle büyük boyut, yoğunluk (örn., parlak renkler), yenilik, renklilik ve belirginlik gibi mesajı daha canlı yapan dışsal özellikler mesaja verilen dikkati arttırmaktadır. Bu nedenle de bu dışsal özellikler (çevresel ipucu), özellikle alıcılar çevresel yoldan işleme yaptıklarında, alıcıların tutumları üzerinde daha etkili olabilmektedir. Buradan yola çıkılarak, daha belirgin, renkli, yoğun, yeni ve büyük boyutlu sigara uyarılarına maruz kalan bireylerde sigaraya yönelik daha fazla tutum değişiminin (sigarayı bırakmak ya da azaltmak gibi) olabileceği öne sürülebilir (11). Bu nok-

tada, bu önerilerin sınanması amacıyla, yalnızca metin içeren sigara uyarılarına göre daha canlı ve belirgin olan resimli sigara uyarılarının etkinliğinin değerlendirilmesi yerinde olabilir.

Sigara Paketleri Üzerinde Metin Uyarıları mı yoksa Resimli Uyarılar mı Kullanılmalı?:

Sigara uyarılarının yalnızca metin olarak verilmesinin mi yoksa bu metinlere eşlik edecek canlı ve dikkat çekici resimlerin (birleşik uyarı) de bu uyarılarda yer almasının mı gerektiği tartışma konularından biri haline gelmiştir (12, 13, 14). Metin uyarılarında sigarayı bıraktırmaya yönelik mesaj, sigara paketinin üzerinde yazılı olarak verilirken; birleşik uyarılarda bu mesaja, mesajla ilişkili bir resim de eklenmektedir (örn., kuvözde yatan bir bebek görseli ile beraber 'hamile iken sigara içmek bebeğe zarar verir' uyarısının yer alması). Konu ile ilgili yapılan ilk çalışmalarda, daha çok sigara paketlerinin %50'sinden fazlasını kaplayan ve çoğunlukla resimlerin de eşlik ettiği Kanada-tipi sigara uyarıları üzerinedir. Hammond ve arkadaşları (12,13) iki farklı çalışmada sözü edilen uyarıların Kanada'da kullanılmaya başlanmasından yaklaşık dokuz ay sonra, bu uyarıların hayatları boyunca en az 100 ve günde en az bir sigara kullanan yetişkin sigara kullanıcıları (%56.8'i kadın; %43.2'si erkek) üzerindeki etkisini araştırmışlardır. İlk çalışmanın (12) bulgularına göre, katılımcıların büyük çoğunluğu (%91) sigara paketleri üzerindeki resimli uyarıları gördüklerini rapor etmişlerdir. Ayrıca çalışmada bu uyarıları daha fazla okuyan, uyarılar üzerinde daha fazla düşünen ve konuşan bireylerin üç ay sonra sigarayı bırakma ya da azaltma ihtimallerinin de daha yüksek olduğu saptanmıştır. Hammond ve arkadaşlarının (13) diğer çalışmasına katılan bireylerin %19'u bu uyarıların etkisiyle eskisinden daha az sigara tükettiklerini buna karşılık % 1'i eskisinden daha fazla sigara tükettiklerini bildirmişlerdir. Bununla birlikte, katılımcıların birçoğu resimli uyarıların kendisinde korku (%44) veya tiksime (%58) hissi uyandırdığını belirtmişlerdir. Bu duyguları daha fazla deneyimlediğini belirten katılımcıların, üç ay sonrasında daha yüksek oranda sigarayı bıraktıkları ya da eskiye göre daha az sigara içtikleri görülmüştür. Son olarak, katılımcıların % 36'sı sigara paketlerinin üzerini örterek ya da bir kılıf kullanarak bu uyarılardan kaçındıklarını

bildirmişlerdir. Ancak bu kaçınma davranışları onların üç ay sonraki sigarayı bırakma davranışlarını yordamamıştır. Bu bulgular ışığında, Hammond ve arkadaşları (12,13) sigara paketleri üzerindeki resimli uyarıların sigara kullanıcılarının sigara kullanma alışkanlıkları üzerinde önemli etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu nedenle de araştırmacılar politika yapıcılara bu yöntemi (resimli uyarıları) uygulamalarını tavsiye etmişlerdir.

Yukarıda anlatılanlarla tutarlı olarak, Amerika'da kullanılan ve metinlerden oluşan sigara uyarılarının etkinliği ile ilgili ortaokul ve lise öğrencileri (sigara kullanan ve kullanmayan) yürütülen bir diğer çalışma (15) yalnızca metinlerden oluşan uyarıların fark edilebilirliğinin ve etkinliğinin düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca sözü edilen bu çalışmada daha önce bir sigara paketi gördüğünü bildirenlerin yarısından daha azı (%46.9) sigara paketi üzerindeki uyarıyı 'çoğu zaman' ya da 'her zaman' gördüğünü bildirmiştir. Bununla birlikte, sigara kullananlar bu uyarıları daha yüksek oranda (%62.6) fark etmektedirler; ancak bunların da çok küçük bir bölümü (%13.8), sigara uyarılarının kendilerine 'çoğu zaman' sigara içmenin neden olduğu sağlık risklerini düşündüğünü bildirmektedir. Kısacası, bu çalışmanın bulguları Amerika'da kullanılmakta olan metinli uyarıların fark edilebilirliğinin çok düşük olduğuna ve fark edilebilse dahi, özellikle sigara kullananlar üzerindeki etkisinin oldukça düşük olduğuna işaret etmektedir. Yazarlar, bu bulgular ışığında, sigara uyarılarının daha belirgin ve sağlık riskleri daha fazla düşündürecek şekilde geliştirilmesini önermektedirler. Benzer olarak, konuyla ilgili çok sayıda çalışmanın değerlendirildiği Tütünsüz Çocuklar Kampanyası (Campaign for Tobacco-Free Kids, 16) raporunda da canlı ve belirgin uyarıların yalnızca metin uyarılarına göre hem sigara kullanıcılarında sigaranın zararlarına ilişkin farkındalık kazandırma hem de kullanmayan bireylerin sigarayı başlamlarını önleme konusunda daha etkili olduğu belirtilmektedir. Ek olarak, alan yazında metin ya da resimli sigara uyarılarının etkisinin birbiriyle karşılaştırıldığı başka çalışmalara da (17, 18, 19) rastlanmaktadır. Bu çalışmalar, çoğunlukla, hem resim hem de metin içeren birleşik sigara uyarılarının kullanılmasının daha etkili olduğuna işaret etmektedir. Bu çalışmalardan birinde (17)

birleşik sigara uyarılarının, sadece metinlerin yer aldığı uyarılarla karşılaştırıldığında hem sigara kullanıcıları hem de sigarayı bırakmış olanlar üzerinde daha etkili olduğu rapor edilmiştir. Buna göre, birleşik uyarıların kullanılması, sigara kullanıcıları arasında sigarayı bırakma; sigarayı bırakmış olanlarda ise sigaraya başlamama güdüsünü artırmıştır. Ayrıca, birleşik uyarıların kişilerin sağlıklarıyla ilgili kaygılarını daha çok artırdığı da bulunmuştur. Sigara kullanan yetişkinlerle yürütülen bir başka çalışmada ise (19), sadece metinlerle yapılan uyarıların yer aldığı sigaralara göre birleşik uyarıların (metinle birlikte resimlerin de kullanıldığı) yer aldığı sigaralara talebin daha düşük olduğu bulunmuştur. Konu ile ilgili deneysel desen kullanan 37 çalışmanın dâhil edildiği bir meta analiz çalışmasında da (20) resimli sigara uyarıları ile yalnızca metin içeren sigara uyarıları karşılaştırılmıştır. Bu meta analiz çalışmasına dahil edilen çalışmaların hedef grubu incelendiğinde, çalışmaların %50'sinin hem sigara kullanan hem de kullanmayanlardan; %47'sinin sadece sigara kullananlardan ve bir çalışmanın da sadece sigara kullanmayanlardan oluştuğu gözlenmiştir. Bu meta analiz çalışmasının bulguları, yalnızca metin içeren uyarılarla karşılaştırıldığında resimli sigara uyarılarının dikkat çekme, duygusal ve bilişsel tepkiler uyandırma, sigaraya başlamama ve sigarayı bırakma niyetini arttırma ve sigaraya para ödeme gönüllülüğünü azaltma gibi davranışlar üzerinde hem daha başarılı hem de daha güdüleyici olduğunu göstermiştir. Ek olarak, uluslararası tütün kontrolü araştırmasının sonuçları da (11) canlı renklerin kullanıldığı, büyük, resimli sigara uyarılarının yalnızca metinlerin kullanıldığı sigara uyarılarından daha etkili olduğuna işaret etmektedir. Son olarak, resimli sigara uyarılarının bir diğer avantajı da bu uyarıların okuma yazma bilmeyen bireylere de hitap edebilmesidir (18). Diğer bir ifadeyle, resimli sağlık uyarıları özellikle okuryazarlık oranı düşük ülkelerde sigara uyarıları ile verilmek istenen mesajın (örneğin "sigara içmek gırtlak kanserine neden olur" gibi) daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir.

Tüm bunlara ek olarak, bir sigara uyarısının sadece resim içermesi de o uyarının etkili olması için yeterli olmayabilir. Örneğin, sadece resim içeren, sadece metin içeren ve hem metin hem de resim içeren sigara uyarılarının karşılaştırıldığı bir çalışmada

(18), katılımcılar hem resim hem de metin içeren birleşik sigara uyarılarını, diğer iki yöntemle göre sigaranın sağlık üzerindeki etkilerini anlatmak açısından daha etkili bulmuşlardır. Tüm bu çalışmalardan yola çıkarak, birleşik uyarıların yer aldığı sigara uyarılarının sigaranın zararlarını anlatmak konusunda daha etkili olduğu sonucuna varılabilir.

Düz Paket Uygulamasına Geçilmeli mi?:

Sigara paketlerinin tasarımı ile ilgili diğer bir konu da, sigara uyarılarının düz bir zemin üzerinde mi yoksa üzerinde başka uyarıların da olduğu (örn. renkli zemin veya 'mentollü' yazısının olduğu paket) karışık bir zemin üzerinde mi verilmesi gerektiği ile ilgilidir (örn., 21, 22). İlk olarak, sigara üreticileri sigara paketlerini pazarlama amacıyla kullanabilmektedirler. Paket üzerinde sigara uyarısı dışında kalan alanların bu şekilde kullanılması da bireylerin sigara içmeyi daha olumlu değerlendirmelerine yol açabilmektedir. Örneğin bir çalışmada daha açık renkli ve üzerinde 'hafif' ya da 'yumuşak' yazan paketlerde bulunan sigaraların, sağlığa daha az zararlı olarak algılandığı bildirilmektedir (23). Ayrıca, sigara uyarısı dışında kalan alanın bu şekilde tasarlanması, sigara paketi üzerinde hem olumlu hem de olumsuz mesajların bir arada verilmesine ve dolayısıyla bu paketlere maruz kalan kişilerin kafasının karışmasına neden olabilmektedir (21). Buna ek olarak, daha belirgin sigara uyarılarının sigara bırakma davranışı üzerinde daha olumlu etkilerinin olduğu bildirilmektedir. Örneğin, McCool ve arkadaşları (21) konu ile ilgili nitel bir çalışma yürütmüş ve bu önerileri destekleyen bulgulara ulaşmışlardır. Bu çalışmada, resimli sigara uyarılarının düz paket üzerinde verilmesinin, sigara uyarılarına verilen dikkati arttırdığı, sigaranın verdiği zararların algılanmasında daha etkili olduğu ve sigara içmeye yüklenen olumlu anlamları azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka deyişle, sigara uyarılarının daha düz ve sade sigara paketleri üzerinde verilmesi, onların daha belirgin olmasını ve dolayısıyla da etkinliklerini artırmıştır. Bu bulgularla paralel olarak, Thrasher ve arkadaşları da (19) üzerinde resim ve metinden oluşan sigara uyarısından başka bir uyarının olmadığı, düz olarak paketlenmiş sigaralara talebin daha düşük olduğunu bulmuşlardır. Munafò ve arkadaşları (22) ise sigara uyarılarının düz paket üzerine yerleştirilmesinin

etkisinin sigara kullanma durumuna göre değiştiğini bildirmektedir. Buna göre, sigara uyarılarının düz paket üzerine yerleştirilmesinin her gün sigara içenlerde bu uyarılara yönelik görsel dikkati etkilemediği ancak sigara kullanmayanlarda ya da haftalık kullanıcılar (haftada en az bir sigara içen ama her gün kullanmayan) sağlık uyarılarına yönelik görsel dikkati arttırdığı bulunmuştur. Düz paket uygulaması ile ilgili bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, sigara uyarılarının düz paket üzerine yerleştirilmesinin özellikle resimli uyarıların etkinliğini arttırdığına işaret etmektedir. Ülkemizde de, yaklaşık iki yıldır düz paket uygulamasına geçilmesine ilişkin çalışmalar yapılmaktadır (24). Yapılan bu çalışmaların bulguları ışığında, düz paket uygulamasına en kısa sürede geçilmesinin yararlı olacağı anlaşılmaktadır. Böylece, sigara üreticileri sigara paketleri üzerinde sigara uyarılarına ayırmak zorunda oldukları alanın dışında kalan alanı satmaya çalıştıkları sigaranın reklamını yapmak için kullanamazlar. Böylelikle, aynı anda sigara ile ilgili hem olumlu hem de olumsuz mesajlar içeren sigara paketleri sigara kullanıcıları için kafa karıştırıcı olmaktan çıkmış olur.

Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarıların etkinliği ile ilgili diğer bir konu ise bu uyarılara tekrar tekrar maruz kalınması sonucu bu uyarıların kanıksanmasıdır.

Kanıksama Etkisi:

Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarılar, bu uyarılara ilk maruz kalındığında oluşturduğu etkiyi yirminci defa maruz kalındığında da oluşturur mu? Peki, bu etki yüzüncü karşılaşmada da aynı mıdır? Diğer tüm uyaranlar gibi sigara uyarılarının etkisinin de bu uyarılara maruz kalındıkça azaldığı öne sürülmektedir (25). Buna göre, sigara uyarıları tekrar tekrar görüldüğü zaman bu uyarıların etkisi aşınır. Kanada'da kullanılmakta olan sigara uyarılarının etkisinin araştırıldığı ve 9 dalga süren bir araştırmanın (26) bulguları da bu öneriyi desteklemektedir. Bu çalışmanın bulguları sigara uyarılarının etkisinin ilk ölçümden son ölçüme doğru azalma eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Strahan ve arkadaşları (25) sigara uyarılarının kanıksanmasının engellenmesi için bu uyarıların içeriğinin çeşitlendirilmesini ve dönüşümlü olarak

kullanılmasını önermektedirler. Yani, yazarlar sigara uyarılarının yenilenmesiyle bu uyarıların etkinliğinin artacağına vurgu yapmaktadırlar. Ancak ülkemizde sigara paketleri üzerinde yalnızca 14 farklı birleşik uyarı kullanılmakta ve bu uyarılar 2010 yılından beri değiştirilmemektedir (9). Bu uyarıların yedi yıl içerisinde ülkemizde kanıksanmış olabileceği öne sürülebilir. Bu nedenle, politika yapıcılara, bu uyarıların daha fazla sayıda ve içerik açısından daha çeşitli sigara uyarıları ile değiştirilmesi önerilebilir.

Sigara Paketleri Üzerindeki Uyarıların İçeriği

Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarıların sunulma şeklinin yanı sıra içeriği de bu uyarıların etkinliği ve bu uyarılara maruz kalan bireyler üzerindeki etkisi açısından önemlidir (25). Buna göre, bazı mesajların içeriği sigarayı bıraktırma konusunda diğerlerine göre daha ikna edicidir. Örneğin ülkemizde yapılan bir çalışmanın (27) bulguları, üzerinde 'Sigara içmek kan akışını yavaşlatır ve cinsel iktidarsızlığa neden olur', 'hamile iken sigara içmek bebeğe zarar verir' ve 'sigara içmek ölümcül akciğer kanserine neden olur' yazan birleşik uyarıların sigarayı bıraktırma konusunda daha etkili olarak değerlendirildiğini; 'sigarayı bırakmak için doktorunuzdan ve size en yakın sağlık merkezinden yardım isteyin' ve 'sağlık kuruluşları sigarayı bırakmada size yardımcı olabilir' uyarılarının ise sigarayı bıraktırma konusunda daha etkisiz olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Mesajın etkinliği cinsiyete göre incelendiğinde ise, erkeklerin daha çok iktidarsızlığa vurgu yapan (örn.'Sigara içmek kan akışını yavaşlatır ve cinsel iktidarsızlığa neden olur') sigara uyarılarını (27, 28); kadınların ise çocuklar ve bebeklerle ilgili (örn. 'hamile iken sigara içmek bebeğe zarar verir') sigara uyarılarını (17, 27, 28) daha etkili olarak değerlendirdikleri bildirilmektedir. Çalışmanın bu bölümde sigara uyarılarının içeriğinin etkinliği ve etkileri değerlendirilmeye çalışılacaktır. Bu bağlamda ilk olarak sigara uyarılarında verilen mesajların çerçevesine ilişkin çalışmalar ele alınacaktır. Sonrasında rahatsız edici sigara uyarılarına verilen savunmacı tepkilerle ilişkin alan yazın değerlendirilecektir.

Mesajın Çerçevesi: Zarar çerçeveli sigara uyarıları mı yoksa yarar çerçeveli sigara uyarıları mı kullanılmalıdır?:

Sigara uyarıları ile ilgili önemli bir konu da bu mesajların sigara içmenin zararlarını mı yoksa sigarayı bırakmanın yararlarını mı çerçevelemesi gerektiği ile ilgilidir. Yarar çerçeveli mesajlar sigarayı bırakmanın olumlu sonuçlarını ön plana çıkarırken (örn., sigarayı bırakmak akciğer kanserine yakalanma olasılığını azaltır); zarar çerçeveli mesajlar sigara içmenin neden olduğu olumsuz sonuçları (örn., sigara içmek akciğer kanserine yakalanma riskini artırır) ön plana çıkarmaktadır (29). Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarılarla ilgili çalışmaların bulguları, genellikle, zarar çerçeveli mesajların bu uyarıların etkinliğini artırdığına işaret etmektedir (23, 29, 30). Sigara paketleri üzerindeki zarar çerçeveli uyarıların yarar çerçeveli uyarılara göre, sigaranın oluşturduğu sağlık risklerini daha iyi anlattığını (23,30), kullanıcıların sigarayı bırakmasını daha çok kolaylaştırdığını ya da kullanılan sigara miktarını azaltmada daha etkili olduğunu (30) ortaya koyan çalışmalara rastlanmaktadır. Buna ek olarak, zarar çerçeveli sigara uyarılarına maruz kalmanın sigara kullanıcılarının sigarayı bırakmaya yönelik niyetlerini yükselttiği de rapor edilmektedir (30). Bununla birlikte, Zhao ve arkadaşları (29) zarar çerçeveli sigara uyarılarının yalnızca metin içeren uyarılarda yarar çerçeveli mesajlardan daha etkili olmadığını, ancak hem resim ve hem metin içeren uyarılarda yarar çerçeveli uyarılardan daha etkili olduğunu bulmuşlardır. Buna göre, resim ve metinlerle yapılan uyarılarda sigara içmenin oluşturduğu tahribat (örn., kan dolaşım hızını azaltarak iktidarsızlığa neden olmak gibi) ön plana çıkarıldığında, katılımcılar bu uyarıların daha etkili olarak algılamakta, sigara içmekle ilgili daha fazla olumsuz duygu ve düşünce üretmekte ve bu kişilerin sigarayı bırakmaya niyetleri daha yüksek olmaktadır.

Konu ile ilgili çalışmaların bulguları zarar çerçeveli sigara uyarılarının yarar çerçeveli uyarılara göre daha etkili olduğuna işaret etse de, bu etkinin öz yeterlilik ve sigara içmekle ilişkili risk algısına göre değişebileceği de öne sürülmektedir (31). Bulgular, bu öneriyi destekleyecek şekilde, yarar çerçeveli mesajlar (örn., sigarayı bırakmak kanser riskini

azaltır) yerine zarar çerçeveli mesajlara (örn., sigara içmek kansere neden olur) maruz kaldıklarında, öz yeterliliği yüksek olan katılımcıların düşük olanlara göre sigarayı bırakma niyetlerinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Yarar çerçeveli mesajlara maruz kaldıklarında ise sigara ile ilgili risk algısı yüksek olan katılımcıların düşük olanlara göre sigarayı bırakma niyetlerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (31). Bulgular, zarar çerçeveli mesajların sigarayı bırakmaya yönelik öz yeterliliğin yüksek olduğu durumlarda, yarar çerçeveli mesajların ise sigara ile ilgili risk algısının yüksek olduğu durumlarda daha etkili olduğuna işaret etmektedir.

Sigara uyarılarının içeriği ile ilgili diğer bir konu, rahatsız edici içeriğe sahip sigara uyarı mesajlarının bazı bireylerde savunmacı tepkilere neden olabileceğidir. Bir sonraki bölümde bu konu ele alınacaktır.

Rahatsız Edici Sigara Uyarılarına Yönelik Savunmacı Tepkiler:

Aşırı korku uyandıran rahatsız edici sigara uyarılarının sigara kullanıcılarının bir bölümünde savunmacı tepkilere neden olabileceği öne sürülmektedir (14). Alan yazında bu öneriyi destekleyen çalışmalara rastlamak mümkündür. Örneğin, çalışmalar sigara uyarılarına maruz kalan bazı kullanıcıların sigara kullanımına yönelik daha olumlu tutum sergilediklerini (32, 33), sigaranın oluşturduğu sağlık risklerini küçümsediklerini (34) ya da sigara paketlerinin üzerini örterek onlardan kaçındıklarını (13) göstermektedir. Ruiter ve Kok (14) aşırı korku uyandıran rahatsız edici sigara uyarılarının bireylerin benliğini tehdit edebileceğini, bunun sonucunda sigara kullanıcılarının olumlu benlik algısını korumak için bu uyarılara olumsuz savunmacı tepkiler verebileceklerini öne sürmektedirler. Ayrıca onlar, sigara kullanıcılarının rahatsız edici ve korkutucu sigara uyarılarının neden olduğu tehditle nasıl baş etmeleri gerektiğini bilmedikleri durumlarda (diğer bir ifadeyle benlik yeterlilikleri düşük olduğunda) bu tehdidi ortadan kaldırmaya odaklanmak yerine, tehdidin neden olduğu korkuyu ortadan kaldırmak için savunmacı tepkiler verebileceklerini ileri sürmektedirler. Bu nedenle, politika yapıcılara, rahatsız edici sigara uyarılarının

kullanılması konusunda çekimser davranılması gerektiğini ifade etmektedirler.

Alan yazın incelendiğinde ise rahatsız edici sigara uyarılarına verilen bu savunmacı tepkilerin, Psikolojik Tepkisellik (1), Bilişsel Çelişki (2), Dehşet Yönetimi (3) ve Benlik-Olumlama (4) kuramlarıyla açıklandığı görülmektedir.

İlk olarak, paketler üzerinde yer alan rahatsız edici sigara uyarıları bazı bireylerde psikolojik tepkiselliğe yol açabilmektedir (35). Psikolojik tepkisellik kuramına (1) göre, kişiler seçimlerinde özgür olduklarında inanırlar ve özgürlüklerinin tehdit edildiğini düşündüklerinde (örn., ikna girişimlerine maruz kaldıklarında) bunu geri kazanmaya güdülenirler. Bu güdülenme durumu ise 'psikolojik tepkisellik' olarak adlandırılır. Böyle durumlarda genellikle bireyler engellenen davranışı eskisine göre daha çok yapmayı isterler. Ayrıca engellenen davranışın kişi için önemi arttıkça deneyimlenen psikolojik tepkiselliğin düzeyi de artmaktadır. Bu bağlamda düşünüldüğünde, özellikle sigara içmek kendisi için önemli olan bireylerin sigara paketleri üzerindeki sağlık uyarılarına maruz kalmaları bu kişilerin özgürlüklerini tehdit edebilir. Bu da onların özgürlüklerini geri kazanmak için güdülenmelerine (psikolojik tepkisellik deneyimlemelerine) ve olumsuz tepkiler vermelerine neden olabilir. Erceg-Hurn ve Steed (35) sigara paketleri üzerindeki uyarıların psikolojik tepkiselliğe/dirence neden olup olmadığını ve bunun rahatsız edici resimler içeren ya da yalnızca metin içeren uyarılar açısından farklılaşıp farklılaşmadığını deneysel bir çalışma ile araştırmışlardır. Beklendiği gibi, bulgular sigara paketleri üzerindeki uyarıların psikolojik tepkisellikle sonuçlandığını ve bu etkinin rahatsız edici resimler içeren uyarılara maruz kalan katılımcılarda yalnızca metin içeren uyarılara maruz kalanlara göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca, bu çalışmada sadece metin uyarılarına maruz kalan katılımcıların yarısından fazlası psikolojik tepkisellik deneyimlediklerini bildirmişlerdir. Buna karşılık, rahatsız edici resimler içeren uyarılara maruz kalan katılımcıların % 80'inden fazlası psikolojik tepkisellik deneyimlediklerini rapor etmişlerdir. Yazarlara göre sigara kullanan kişiler deneyimledikleri bu psikolojik tepkisellik sonucunda özgürlüklerini geri kazanabilmek için öncekine göre daha fazla sigara

içmek gibi işlevsiz tepkiler verebilmektedirler. Sonuç olarak, rahatsız edici sigara uyarılarının, özellikle sigara kullanımı kendisi için önemli olan bireylerde psikolojik tepkisellikle sonuçlanabildiği için, savunmacı tepkilere yol açtığı söylenebilir.

Sigara paketleri üzerindeki sağlık uyarılarının, psikolojik tepkiselliğe neden olmanın yanı sıra, sigara içenler üzerinde bilişsel çelişkiye yol açabileceği de ileri sürülmektedir (34). Bilişsel Çelişki Kuramına göre (2) bireyler aynı anda birbiri ile tutarsız iki bilişsel temsile sahip olduklarında 'bilişsel çelişki' olarak adlandırılan psikolojik bir durum deneyimlerler. Deneyimlenen bu bilişsel çelişki ise oldukça rahatsız edicidir. Festinger'e göre, böyle durumlarda bireyler iki bilişsel temsilden değişime daha az dirençli olanı değiştirerek ya da bilişsel çelişkiyi azaltacak başka bilişsel temsiller edinerek bu rahatsız edici durumdan kurtulmaya çalışırlar. Şimdi bir sigara tiryakisinin üzerinde 'sigara içenler genç yaşta ölür' yazan ve morgda yatan ölmüş bir insan resminin bulunduğu bir sigara paketine maruz kaldığını düşünelim. Bu kişi bir yandan 'kendisinin sigara kullandığı' bilgisine, diğer yandan da 'sigara içenler genç yaşta ölür' bilgisine sahip olacaktır. Birbiri ile çelişen iki bilişsel temsile sahip olan bu kişinin bilişsel çelişki deneyimlemesi beklenebilir. Bu kişi deneyimlediği bu bilişsel çelişkinin oluşturduğu rahatsızlıkla baş edebilmek için, sağlık uyarılarının sigara paketleri üzerine yerleştirilmesinin amacına uygun bir şekilde, sigarayı bırakabilir ya da sigara kullanımını azaltabilir. Yapılan çalışmalar (örn.,13) sigara uyarılarına maruz kalanların bir bölümünün (%19), bu olumlu ve istedik tepkileri verdiklerine işaret etmektedir. Sigarayı bırakmayan ya da azaltmayan bireyler ise, bu bilişsel çelişkiyle sigara kullanmaya yönelik tutumlarını daha olumlu hale getirme (33), sigara paketlerinin üzerini örterek onlardan kaçınma (13) ya da sigaranın oluşturduğu sağlık risklerini küçümseme (34) gibi daha işlevsiz yöntemler kullanarak baş etme eğiliminde olabilirler. Konu ile ilgili bir çalışmada Glock ve Kneer (34) sigara kullanıcılarının sigara uyarılarına maruz kaldıklarında deneyimleyebilecekleri bilişsel çelişkiyi sigaraya bağlı olan ya da olmayan hastalıklara yakalanma riski açısından değerlendirmişlerdir. Katılımcılar hastalıklara yakalanma riskini değerlendirdikten sonra metinli ya da rahatsız edici resimler içeren sigara uyarılarına maruz kalmışlardır.

Sonra da bu hastalıklara yakalanma risklerini tekrar değerlendirmişlerdir. Rahatsız edici resim ya da metinlerin yer aldığı uyarılara maruz kalan sigara kullanıcıları sigara ile ilişkili hastalıklara yakalanma riskini maruz kalmadan öncesine göre daha düşük değerlendirmişlerdir. Kontrol koşulundaki sigara kullanıcılarının (hiçbir sigara uyarısına maruz kalmayan) bu hastalıklara ilişkin risk algılarının ise, öncesine göre değişmediği görülmüştür. Yazarlara göre, bu durum, sigara kullanıcılarının sigara uyarılarına maruz kaldıklarında bilişsel çelişki deneyimleyebildiklerine ve bu bilişsel çelişki ile sigaranın neden olduğu hastalıklara yönelik risk algılarını düşürerek baş ettiklerine işaret etmektedir. Benzer şekilde, Süssenbach ve arkadaşları da (33), özellikle itici resimler içeren rahatsız edici sigara uyarılarının bilişsel çelişkiye neden olduğunu ve bireylerin bu bilişsel çelişki sonucu oluşan olumsuz duygulardan kurtulabilmek için işlevsiz tepkiler verebileceklerini öne sürmüşlerdir. Gerçekten de, onların çalışmasında daha itici sigara uyarılarına maruz kalan sigara kullanıcılarının sonrasında sigaraya yönelik daha olumlu tutum rapor ettikleri bulunmuştur. Bununla birlikte, rahatsız edici sigara uyarılarına maruz kalan bireylerin yaşadığı bilişsel çelişkinin sigara bırakma konusunda uzun vadede güdüleyici olabileceği de öne sürülebilir. Festinger (2) bilişsel çelişki sürecini davranış ya da tutum değiştirme süreci olarak da tanımlamaktadır ve bireylerin olumsuz davranıştan kurtulmaları için de bu sürecin zorunlu olduğuna işaret etmektedir. Diğer bir ifadeyle bireylerin deneyimlediği bilişsel çelişki onların davranışlarını olumlu yönde değiştirmeleriyle de sonuçlanabilir. Glock ve Kneer (34) bireylerin deneyimlediği bilişsel çelişkinin olumlu davranışla sonuçlanıp sonuçlanmayacağını sigara paketi üzerinde yer alan mesajın bireyle ilgililiği gibi faktörlerin etkileyebileceğini ifade etmektedir. Sonuç olarak, rahatsız edici sigara uyarılarına maruz kalmanın kullanıcılarda bilişsel çelişkiye neden olduğu ve deneyimlenen bu bilişsel çelişkinin ise bazı kullanıcılarda olumlu bazı kullanıcılarda ise savunmacı tepkilerle sonuçlandığı anlaşılmaktadır. İleriki çalışmalarda deneyimlenen bu bilişsel çelişki sonucunda sigarayı bırakmak ya da azaltmak gibi olumlu davranış değişimlerinin oluşmasında hangi faktörlerin etkili olduğunu araştırmalıdır.

Bazı sigara kullanıcıları tarafından sigara uyarılarına yönelik işlevsiz tepkiler verilmesinin nedenlerinden biri de bu uyarılarda yer alan 'sigara öldürür' gibi mesajlara maruz kalan bireylerde ölümlülük algısının belirginleşmesi olabilir. Bu eğilimi destekler nitelikte, Dehşet Yönetimi Kuramı da (3) insanoğlunun ölümlü olmasına ilişkin farkındalığının onun dehşete kapılmasına neden olacağını ileri sürmektedir. Kurama göre, birey ölümlülük algısının neden olduğu bu dehşetle kültürel dünya görüşüne daha sıkı bağlanarak ve benlik saygısını yücelterek baş edebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, kişi kendisini anlamlı ve kalıcı bir dünyanın önemli bir üyesi gibi algılayarak ölümlülük dehşetinden korunmaktadır. Dehşet Yönetimi Sağlık Modeli de (36) bireylerin ölümü hatırlatan sağlık mesajlarına maruz kaldıklarında kültürel dünya görüşlerini ve benliklerini yüceltmeye güdülenebileceklerini ve bu nedenle bu mesajlara işlevsiz tepkiler verebileceklerini öne sürmektedir. Buradan yola çıkarak, Hansen, Winzeler ve Topolinski (32), sigara paketleri üzerindeki ölümü belirginleştiren sağlık uyarılarının benliğini sigara kullanımı üzerinden tanımlayan (sigara kullanımı benlik saygısı için önemli olan) bireylerde benlik saygısını yüceltme çabası ile sonuçlanacağını öne sürmektedirler. Dahası, ölümlülüğü belirginleştiren uyarıların, benliğini sigara üzerinden tanımlayan bireylerde sigara kullanımına yönelik daha olumlu tutumlar geliştirilmesine neden olacağını ileri sürmektedirler. Bu bireyler, sigara kullanımına yönelik olumlu tutum sergileyerek, benlik saygılarını yüceltmiş olurlar. Bu konuyla ilgili alan yazında rastlanılan tek çalışmada Hansen ve arkadaşları (32) benliklerini yüksek düzeyde sigara içmek üzerinden tanımlayan bireylerde 'sigara öldürür' ya da 'sigara ölümcül akciğer kanserine neden olur' gibi ölümlülük algısını belirginleştiren uyarıların sigara kullanımına yönelik daha olumlu tutumlarla ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Aksine 'sigara çekiciliğinizi düşürür' ya da 'sigara sizin ve etrafınızdakilerin ciddi zararlar almasına neden olur' gibi uyarıların, benliğini daha yüksek düzeyde sigara üzerinden tanımlayan kişilerde sigara kullanımına yönelik daha olumsuz tutumlarla ilişkili olduğu bildirilmiştir. Bu bulgular, özellikle benliğini sigara üzerinden tanımlayan bireylerde, ölümlülüğü belirginleştiren sigara uyarılarının işlevsiz tepkilere neden olabileceğine işaret etmektedir.

Bu açıklamalara dayanarak rahatsız edici sigara uyarılarının özgürlüğü kısıtlayarak, bilişsel çelişki oluşturarak ya da ölümü belirginleştirerek bazı kullanıcılarda işlevsiz tepkilere neden olabileceği söylenilebilir. Peki, rahatsız edici sigara uyarılarına yönelik bu işlevsiz tepkileri azaltmanın bir yolu var mıdır? Bu bağlamda, Benlik-Olumlaması Kuramının (4) önemli önerilerinin olduğu görülmektedir. Bu kuram, bireylerin sağlık mesajlarına neden savunmacı tepkiler verdiklerini açıklamanın yanı sıra bu savunmacı tepkilerin nasıl azaltılabileceğine dair öneriler de sunmaktadır. Kurama göre, kişiler 'genel benlik bütünlüğünü' korumaya çalışırlar. Diğer bir ifadeyle, benliklerinin yeterli ve değerli bir bütün olduğundan emin olmak isterler. Bilişsel çelişki durumları ise kişilerin benlik bütünlüğünü tehdit eder. Benlik bütünlükleri tehdit edildiğinde bireyler, öncelikle bunu yeniden sağlamaya güdülenirler. Örneğin bir sigara kullanıcısı 'sigara öldürür' mesajıyla karşılaştığında benlik bütünlüğü tehdit edilir, çünkü bu mesaj bireyin önemli olan bir davranışı kontrol edemediğine dolayısıyla yetersiz olduğuna işaret eder. Bu kişi benlik bütünlüğünü tekrar sağlamak için sigarayı bırakmak gibi olumlu tepkiler verebileceği gibi sigaranın neden olduğu sağlık sorunlarını küçümsemek gibi savunmacı tepkiler de verebilir. Bununla birlikte, değerli bir benliğe sahip olduğunu doğrulaması (benlik olumlaması), bireyin savunmacı tepkiler verme ihtimalini azaltır. Dahası, bireyler ilişkisiz bir konuda bile benliklerinin yeterli ve değerli bir bütün olduğunu doğrularlarsa tehdit edici mesaja karşı daha kabullenici olurlar. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bireylere benlik-olumlaması yaptırmanın onların sigara uyarılarına savunmacı tepkiler vermelerini engelleyeceği öne sürülebilir. Bu doğrultuda, Harris, Mayle, Mabbott ve Napper (37), sigara kullanıcıları ile yaptıkları bir çalışmada benlik-olumlaması yapmanın rahatsız edici sigara uyarılarına verilen savunmacı tepkiler üzerindeki etkisini değerlendirmişlerdir. Bu çalışmada, bir grup katılımcı rahatsız edici sigara uyarılarına maruz kalmadan önce kendilerine ait olumlu özellikleri yazarak benlik-olumlaması yapmış, diğer grup ise benlik-olumlaması yapmamıştır. Sonuçta, benlik-olumlaması yapmanın bu sigara uyarılarına karşı daha az savunmacı tepkiler verilmesini sağladığı bulunmuştur. Çalışmanın bulgularına göre, benlik olumlaması yapmayanlarla karşılaştırıldığında, benlik olumla-

ması yapanların sigara paketleri üzerindeki rahatsız edici sağlık uyarılarını daha tehdit edici ve kendileri ile daha ilişkili algıladıkları ve sigara içmeye yönelik daha olumsuz duygu ve düşüncelere sahip oldukları görülmüştür. Buna ek olarak, benlik-olumlaması yapan kişiler sigarayı bırakmaya daha eğilimlidirler ve bu konuda kendilerini daha yeterli ve kontrol sahibi olarak algılamaktadırlar. Bu çalışmada ayrıca, katılımcıların bir bölümüne bir hafta sonra tekrar ulaşılmıştır. Sonuçta, benlik olumlaması yapmanın bir hafta sonraki sigara tüketimini düşürmediği ancak benlik olumlaması yapan kişilerin sigarayı bırakma konusunda daha istekli oldukları rapor edilmiştir. Bu bulgular sigara uyarılarına maruz kalmadan önce benliğin olumlu yönlerini doğrulamanın sigara uyarılarının etkisini arttırdığına işaret etmektedir.

Bununla birlikte, benlik olumlamasının bu olumlu etkisinin, kişilerin psikolojik tepkisellik düzeylerine ve sigara içme deneyimlerine ya da sıklıklarına bağlı olduğu da düşünülebilir. Örneğin Zhao, Peterson, Kim, ve Rolfe-Redding (38) çalışmalarında benlik-olumlamasının sigara uyarılarına verilen tepkiler üzerindeki etkisinin sigara kullanıcılarının risk düzeylerine göre değiştiğini öne sürmektedirler. Bu araştırmacılara göre, sigara uyarılarına maruz kalmadan önce benlik-olumlaması yapmanın yüksek risk grubundaki sigara kullanıcılarının (her gün sigara içen) tepkilerini olumlu yönde etkilemesi; düşük risk grubundakilerin (arada sırada sigara içen) tepkilerini ise etkilememesi beklenebilir. Ancak sonuçlar beklenenin aksine, benlik-olumlaması yapmanın her gün sigara kullanan bireylerin sigara uyarılarına verdikleri tepkileri etkilemediğini; arada sırada kullananların bu uyarılara verdikleri tepkileri ise olumsuz yönde etkilediğini göstermiştir. Arada sırada sigara kullanan katılımcılarda sigara uyarılarına maruz kalmadan önce benlik-olumlamasının yapılması sigara uyarılarının daha az etkili değerlendirilmesiyle sonuçlanmıştır. Ayrıca bu bireyler daha az korku, ilgi, uyarılmışlık ve kararlılık deneyimlediklerini rapor etmişlerdir. Başka bir çalışmada (39) ise benlik-olumlaması iki farklı şekilde değişimlenmiştir. Sigara kullanıcılarının bir bölümüne sigara uyarısına maruz kalmadan önce benlik-olumlaması yaptırılmıştır. Diğer sigara kullanıcılarına ise sigara paketinin üzerine sigara uyarısının yanı sıra olumlu mesajlar yazılarak (örn., 'dürüst bir insansınız' gibi)

benlik-olumlaması yaptırılmıştır. Sonuçta ne sigara uyarısından önce benlik olumlama yapanların ne de sigara uyarısı ile birlikte benlik-olumlaması yapanların sigara uyarılarının ciddiliğini, doğruluğunu ve etkinliğini benlik-olumlaması yapmayanlardan farklı değerlendirmede bulunmuştur. Bu çalışmanın bulguları benlik-olumlaması yapmanın sigara kullanıcılarının sigara uyarılarına yönelik tepkileri üzerinde etkili olmadığına işaret etmektedir.

Sonuç olarak, benlik-olumlaması ile ilgili gözden geçirilen çalışmaların birbiri ile tutarsız bulgulara işaret ettiği görülmektedir. Bu nedenle, benlik-olumlamasının etkilerinin daha iyi anlaşılabilmesi için bu konuda yeni çalışmalar yapılması önerilmektedir. Bununla birlikte, sigara uyarılarına verilen tepkileri etkileyen diğer bir özellik bu uyarıların cümle yapısı olabilir.

Sigara Paketleri Üzerindeki Uyarıların Soru Cümlesi Olarak Hazırlanması.

Sigara paketleri üzerindeki uyarıların soru cümlesi olarak hazırlanmasının bu uyarılara yönelik savunmacı tepkileri azaltabileceği öne sürülmektedir (40). Buna göre, kişiler soru şeklinde hazırlanan sigara uyarılarına maruz kaldıklarında sigara karşıtı görüşleri kendileri üretmektedirler. Sonuçta, üretilen görüşler dışsal bir kaynaktan gelmediği için daha az tepkiselliğe yol açmaktadır. Ayrıca, soru cümlesine maruz kalmak kişisel katılımı arttıracığı için verilen mesajların daha kolay kabul edilmesini sağlayabilir. Müller ve arkadaşları (41), bu öneriyi destekleyecek şekilde, sigara ile ilgili uyarı mesajlarının düz cümle yerine soru cümlesi halinde verilmesinin kısa vadede sigara kullanıcıları üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu göstermişlerdir. Özgül olarak, sigara uyarılarını soru cümlesi (örn., sigara içmek akciğer kanserine neden olur mu?) olarak dinleyen katılımcıların düz cümle olarak (örn., sigara içmek akciğer kanserine neden olabilir) dinleyen katılımcılara göre bir sonraki sigaralarını daha geç yaktıkları görülmüştür. Bu durum, soru cümlelerinin sigara karşıtı mesajlara yönelik savunmacı tepkileri kırdığına işaret etmektedir. Benzer şekilde, Glock ve arkadaşları (40) da sigara paketleri üzerinde yer alan ve soru şeklinde hazırlanmış uyarıların düz

metin ya da resim olarak sunulan sigara uyarılarına göre sigara içmekle ilgili daha fazla risk algılanmasını sağladığını bulmuşlardır. Sigara paketlerinin üzerine 'Sigara içmek ne gibi sağlık problemlerine neden olur?' gibi sorular yazmak sigara kullanıcılarının konu ile ilgili daha fazla düşüncelerine ve dolayısıyla daha az savunmacı tepkiler vermelerine neden olmaktadır. Bu durum, sigara paketleri üzerinde yer alan uyarıların soru cümlesi halinde hazırlanmasının, sigara uyarılara verilen savunmacı tepkilerin azaltılmasında kullanılabilecek bir yöntem olduğuna işaret etmektedir. Ancak konuyla ilgili yapılan sınırlı sayıdaki çalışmalarda (40, 41) katılımcıların sigaranın zararlarına ilişkin bilgi düzeyinin kontrol edilmediği gözlemlenmiştir. Sonraki çalışmalarda bu değişkenin de göz önünde bulundurulması yararlı olabilir.

Sigara uyarılarının içeriğine ilişkin çalışmaların gözden geçirilmesi sonucunda, zarar çerçeveli sigara uyarılarının yarar çerçeveli sigara uyarılarına göre daha etkili olduğu ancak bunun daha çok öz yeterliliği yüksek sigara kullanıcıları için geçerli olduğu öne sürülmektedir. Bununla birlikte, tehdit içeren rahatsız edici sigara uyarılarının savunmacı tepkilere yol açabileceği, bu savunmacı tepkilerin de bilişsel çelişki, psikolojik tepkisellik, ölümlülüğün belirginleştirilmesi ve benlik bütünlüğünü sağlama güdüsüne bağlı olabileceği anlaşılmaktadır. Son olarak, sigara uyarılarının soru cümlesi şeklinde hazırlanmasının bu uyarılara verilen savunmacı tepkileri azaltabileceği düşünülmektedir.

Değerlendirme ve Sonuç

Sigara paketleri üzerine uyarı mesajlarının yazılması sigara ile mücadele kapsamında uygulanan politikalarından biridir. Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarılara her gün milyonlarca kişinin maruz kaldığı düşünüldüğünde, bu uyarıların etkinliğinin artırılması ve bu uyarılara maruz kalan bireyler üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Bu nedenle, çalışmada, sigara paketleri üzerindeki uyarılarla ilişkili alan yazın ele alınmıştır.

Bu kapsamda ilk olarak sigara paketlerinin tasarımına ilişkin çalışmalar gözden geçirilmiştir.

Yapılan çalışmalar (örn., 18) hem resim hem de metin içeren birleşik uyarıların sadece metin ya da sadece resim içeren uyarılara göre daha etkili olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte, sigara uyarılarının olabildiğince düz bir zemin üzerinde verilmesinin, uyarıların etkinliğini arttıracığına (örn., sigaranın zararlarının daha iyi algılanması gibi) ilişkin bulgular da vardır (örn., 21). Bu bulgular ışığında, politika yapıcılara düz paket uygulamasına geçilmesi önerilmektedir. Sigara uyarılarının tasarımı ile ilişkili başka bir konu da bu uyarıların zamanla kanıksanması ve dolayısıyla etkinliğinin azalmasıdır. Ülkemizde sigara paketleri üzerinde yalnızca 14 farklı sağlık uyarısı kullanılmakta ve bu uyarılar yaklaşık yedi yıldır değiştirilmemektedir (9). Kanıksama etkisinin azaltılması amacıyla, politika yapıcılara, bu uyarıların daha fazla sayıda ve içerik açısından daha çeşitli sigara uyarıları ile değiştirilmesi önerilmektedir.

Sigara uyarılarının tasarımının yanı sıra içeriği de oldukça önemlidir. Sigara uyarılarının içeriğine ilişkin bir konu bu uyarılarda verilen mesajların çerçevesine ilişkindir. Bu mesajların çerçevesine ilişkin yürütülen çalışmalar genellikle zarar çerçeveli mesajların (örn., sigara içmek akciğer kanserine yakalanma riskini artırır) yarar çerçeveli mesajlara (örn., sigarayı bırakmak akciğer kanserine yakalanma olasılığını azaltır) göre daha etkili olduğuna işaret etmektedir (23, 29, 30). Ancak, yakın dönemde yürütülen bir çalışmada zarar çerçeveli mesajların öz yeterliliği yüksek bireylerde daha etkili olduğu bildirilmektedir (31). Buradan yola çıkarak, zarar çerçeveli sigara uyarılarının öz yeterliliği arttıracak şekilde hazırlanması önerilmektedir.

Sigara uyarılarının içeriğine ilişkin bir diğer konu da aşırı korku uyandıran rahatsız edici içeriğe sahip sağlık uyarılarının bazı sigara kullanıcılarında neden olduğu savunmacı tepkilerdir (örn., 32). Bu çalışmada rahatsız edici sigara uyarılarına yönelik savunmacı tepkiler, psikolojik tepkisellik (1), bilişsel çelişki (2), dehşet yönetimi (3) ve benlik-olumlaması (4) kuramları çerçevesinde ele alınmıştır. Bu çalışmada ele alınan kuramlar bağlamında rahatsız edici sigara uyarılarının özgürlüğü kısıtlayarak, bilişsel çelişki oluşturarak, ölümü belirginleştirerek ya da benlik bütünlüğünü tehdit ederek

bazı bireylerde savunmacı tepkilere neden olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, rahatsız edici sigara uyarılarına yönelik savunmacı tepkilerin bu uyarılara maruz kalan kişilere benlik-olumlaması yaptırılarak azaltılabileceği öne sürülmüştür. Ancak konu ile ilgili gözden geçirilen çalışmaların bulguları birbiri ile tutarsız sonuçlara işaret etmektedir. Bu nedenle, benlik-olumlamasının rahatsız edici sigara uyarılarına verilen tepkiler üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi için bu konuda yeni çalışmalar yapılması yerinde olabilir. Ayrıca, sigara paketleri üzerinde yer alan sağlık uyarılarının soru cümlesi halinde hazırlanmasının, sigara uyarılara verilen savunmacı tepkilerin azaltılmasında kullanılabilecek bir yöntem olduğuna ilişkin bulguların (örn., 40) olduğu görülmüştür. İleriki çalışmalarda ayrıca, başka hangi faktörlerin rahatsız edici sigara uyarılarına yönelik savunmacı tepkileri azaltılabileceğinin araştırılması önerilmektedir.

Son olarak, bu çalışmanın bazı sınırlılıkları da vardır. İlk olarak, hedef grup olarak düzenli sigara kullanıcıları seçilmiş ve sigara uyarılarının bu bireyler üzerindeki etkilerini değerlendiren çalışmalar gözden geçirilmeye çalışılmıştır. Ancak, bu uyarıların sigara kullanmayan ya da kullanmaya başlama niyetinde olanlar gibi farklı hedef gruplar üzerindeki etkileri değerlendirilmesi yerinde olabilir. Ayrıca, mevcut çalışmada daha çok sigara uyarılarının birey üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda sigara uyarılarının toplumsal düzeyde de ele alınması konuya farklı bakış açılarının sağlanmasını sağlayabilir.

Sonuç olarak, mevcut çalışmada sigara paketleri üzerinde yer alan uyarıların sigara kullanıcıları üzerindeki etkilerine ilişkin çalışmalar ele alınmış ve bu doğrultuda politika yapıcılara çeşitli öneriler sunulmuştur. Bu açıdan, mevcut çalışmanın alan yazına önemli bir katkısının olduğu düşünülmektedir.

Yazışma adresi: Arş. Gör. Meryem Kaynak Malatyalı, Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Ankara mkaynak@ankara.edu.tr

KAYNAKLAR

1. Brehm JW. A theory of psychology reactance. New York, Academic Press, 1966.
2. Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance. Evanston, IL, Row, Peterson, 1957.
3. Greenberg J, Pyszczynski T, Solomon S. The causes and consequences of a need for self-esteem: A terror management theory. Edited by Baumeister RF. Public self and private self. New York, Springer-Verlag, 1986, pp. 189-212.
4. Steele CM. The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. Edited by Berkowitz L. Advances in Experimental Social Psychology. New York, NY, Academic Press, 1988, pp. 261-302.
5. World Health Organisation. WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2011: Warning About the Dangers of Tobacco: Executive Summary. http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/70680/1/WHO_NMH_TFI_11.3_eng.pdf Erişim tarihi: Ocak 17, 2016.
6. Public Health Institution of Turkey. Global Adult Tobacco Survey Turkey 2012. http://www.halksagligiens.hacettepe.edu.tr/english/GATS_english.pdf Erişim tarihi: Şubat 27, 2017.
7. Ergüder T. Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi, Küresel Sağlık İçin, Küresel Eylem (The WHO Framework Convention on Tobacco Control). Ankara, Klasmat Matbaacılık, 2008.
8. T. C. Resmi Gazete. Tütün Mamullerinin Zararlarından Korumaya Yönelik Üretim Şekline, Etiketlenmesine ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik. Ocak 6, 2005. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/01/20050106-14.htm> Erişim tarihi: Şubat 27, 2017.
9. T. C. Resmi Gazete. Tütün Mamullerinin Zararlarından Korumaya Yönelik Üretim Şekline, Etiketlenmesine ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik. Şubat 27, 2010. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/02/20100227-8.htm> Erişim tarihi: Şubat 27, 2017.
10. Petty RE, Brinol P. The elaboration likelihood model. Edited by Van Lange PAM, Kruglanski AW, Higgins T. Theories of Social Psychology. Los Angeles, Sage, 2012, pp. 224-245.
11. International Tobacco Control Policy Evaluation Project. FCTC Article 11 Tobacco warning labels: Evidence and recommendations from the ITC project. 2009. http://www.itcproject.org/files/ITC_Tobacco_Labels_Bro_V3.pdf Erişim tarihi: Şubat 27, 2017.
12. Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tob Control* 2003; 12(4):391-395.
13. Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Brown KS, Cameron R. Graphic Canadian cigarette warning labels and adverse outcomes: evidence from Canadian smokers. *Am J Public Health* 2004; 94(8):1442-1445.
14. Ruiter RA, Kok G. Saying is not (always) doing: cigarette warning labels are useless. *Eur J Public Health* 2005; 15(3):329.
15. Johnson SE, Wu CC, Coleman BN, Choiniere CJ. Self-reported exposure to tobacco warning labels among US middle and high school students. *Am J Prev Med* 2014; 47(2 Suppl 1):S69-S75. doi: 10.1016/j.amepre.2014.05.005.
16. Campaign for Tobacco-Free Kids. Tobacco Health Warnings: Evidence Of Effectiveness. <https://www.tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0325.pdf> Erişim tarihi: Haziran 17, 2016.
17. O'Hegarty M, Pederson LL, Nelson DE, Mowery P, Gable JM, Wortley P. Reactions of young adult smokers to warning labels on cigarette packages. *Am J Prev Med* 2006; 30(6):467-473.
18. Singh A, Owusu-Dabo E, Britton J, Munafò MR, Jones LL. "Pictures don't lie, seeing is believing": Exploring Attitudes to the Introduction of Pictorial Warnings on Cigarette Packs in Ghana. *Nicotine Tob Res* 2014; 16(12): 1613-1619. doi: 10.1093/ntr/ntu127.
19. Thrasher JF, Rousu MC, Hammond D, Navarro A, Corrigan JR. Estimating the impact of pictorial health warnings and "plain" cigarette packaging: evidence from experimental auctions among adult smokers in the United States. *Health Policy* 2011; 102(1):41-48. doi: 10.1016/j.healthpol.2011.06.003.
20. Noar SM, Hall MG, Francis DB, Ribisl KM, Pepper JK, Brewer NT. Pictorial cigarette pack warnings: a meta-analysis of experimental studies. *Tob Control* 2016; 25(3):341-354. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2014-051978.
21. McCool J, Webb L, Cameron LD, Hoek J. Graphic warning labels on plain cigarette packs: Will they make a difference to adolescents? *Soc Sci Med* 2012; 74(8):1269-1273. doi: 10.1016/j.socscimed.2011.12.043.
22. Munafò MR, Roberts N, Bauld L, Leonards U. Plain packaging increases visual attention to health warnings on cigarette packs in non-smokers and weekly smokers but not daily smokers. *Addiction* 2011; 106(8):1505-1510. doi: 10.1111/j.1360-0443.2011.03430.x.
23. Bansal-Travers M, Hammond D, Smith P, Cummings KM. The impact of cigarette pack design, descriptors, and warning labels on risk perception in the US. *Am J Prev Med* 2011; 40(6):674-682. doi: 10.1016/j.amepre.2011.01.021.
24. Anadolu Ajansı. Sigarada "Düz Paket" Uygulaması Yaygınlaşıyor. <http://aa.com.tr/tr/saglik/sigarada-duz-paket-uygulamasi-yayginlasiyor/91925> Erişim tarihi: Haziran 17, 2016.
25. Strahan EJ, White K, Fong GT, Fabrigar LR, Zanna MP, Cameron R. Enhancing the effectiveness of tobacco package warning labels: a social psychological perspective. *Tob Control* 2002; 11(3):183-190.
26. Environics Research Group. Wave 9 Surveys. The Health Effects of Tobacco and Health Warning Messages on Cigarette Packages: Survey of Adults and Adults Smokers. Toronto, Environics Research Group Limited, 2005.
27. Bilir N, Kaplan B, Biçer BK, Ararat E, Akyol M, Arslan A, Yüksek HF. Ankara'da bir grup lise öğrencisinin sigara paketleri üzerindeki resimli uyarılar hakkındaki görüşleri. *Türk Toraks*

Dergisi 2013; 14:127-33.

28. Özkaya Ş, Edinsel Ş, Özkaya E, Hamzaçebi H. Sigara paketleri üzerinde yer alan yeni uyarı yazılarının lise öğrencileri üzerinde etkileri. *Tüberküloz ve Toraks Dergisi* 2009; 57(3):327-332.

29. Zhao X, Nan X, Yang B, Iles IA. Cigarette warning labels: graphics, framing, and identity. *Health Education* 2014; 114(2):101-117.

30. Goodall C, Appiah O. Adolescents' perceptions of Canadian cigarette package warning labels: investigating the effects of message framing. *Health Commun* 2008; 23(2):117-127. doi: 10.1080/10410230801967825.

31. Mays D, Turner MM, Zhao X, Evans WD, Luta G, Tercyak KP. Framing pictorial cigarette warning labels to motivate young smokers to quit. *Nicotine Tob Res* 2015; 17 (7):769-775. doi: 10.1093/ntr/ntu164.

32. Hansen J, Winzeler S, Topolinski S. When the death makes you smoke: A terror management perspective on the effectiveness of cigarette on-pack warnings. *J Exp Soc Psychol* 2010; 46(1):226-228. doi: 10.1016/j.jesp.2009.09.007

33. Süßenbach P, Niemeier S, Glock S. Effects of and attention to graphic warning labels on cigarette packages. *Psychol Health* 2013; 28(10):1192-1206. doi: 10.1080/08870446.2013.799161.

34. Glock S, Kneer J. Are deterrent pictures effective? The impact of warning labels on cognitive dissonance in smokers. *Appl Psychol Health Well Being* 2009; 1(3):356-373. doi: 10.1111/j.1758-0854.2009.01019.x

35. Erceg-Hurn DM, Steed LG. Does exposure to cigarette health warnings elicit psychological reactance in smokers?. *J Appl Soc Psychol* 2011; 41(1):219-237. doi: 10.1111/j.1559-1816.2010.00710.x

36. Goldenberg JL, Arndt J. The implications of death for health: a terror management health model for behavioral health promotion. *Psychol Rev* 2008; 115(4):1032-1053. doi: 10.1037/a0013326.

37. Harris PR, Mayle K, Mabbott L, Napper L. Self-affirmation reduces smokers' defensiveness to graphic on-pack cigarette warning labels. *Health Psychol* 2007; 26(4):437-446.

38. Zhao X, Peterson EB, Kim W, Rolfe-Redding J. Effects of self-affirmation on daily versus occasional smokers' responses to graphic warning labels. *Commun Res* 2012; 41(8): 1137-1158. doi: 10.1177/0093650212465433

39. Dillard AJ, McCaul KD, Magnan RE. Why is such a smart person like you smoking? Using self-affirmation to reduce defensiveness to cigarette warning labels. *J Appl Biobehav Res* 2005;10(3):165-182. doi: 10.1111/j.1751-9861.2005.tb00010.x

40. Glock S, Müller BC, Ritter S. Warning labels formulated as questions positively influence smoking-related risk perception. *J Health Psychol* 2013; 18(2):252-262. doi: 10.1177/1359105312439734.

41. Müller BC, Ritter SM, Glock S, Dijksterhuis A, Engels RC, van Baaren RB. (2014). Smoking-related warning messages formulated as questions positively influence short-term smoking behaviour. *J Health Psychol* 2016; 21(1):60-68. doi: 10.1177/1359105314522083.