

ARAŞTIRMA | RESEARCH

Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Nikotin Bağımlılığının ve Kamu Spotu Reklamlarına Olan Tutumlarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Nicotine Dependence and Attitudes towards Public Spot Advertisements in Medical School Students

Ayşe Baha¹, Nalan Ogan², Evrim Eylem Akpınar²

1. Akçiçek Devlet Hastanesi, Göğüs Hastalıkları Kliniği, Girne, KKTC
2. Ufuk Üniversitesi Tıp Fakültesi, Göğüs Hastalıkları Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye

ABSTRACT

Objective: The purpose of this study is to investigate the frequency of smoking among medical faculty students and attitudes towards public spot advertisements (PSA).

Method: Students in our medical faculties were questioned about their attitudes towards PSAs about cigarette and tobacco use by the survey method.

Results: Of the 314 students, 194(61.8%) were female and 120(38.2%) were male. 12(%12,9) of the smokers believed that PSAs support to quit smoking. Students who did not smoke thought that PSAs were an important factor in smoking cessation, also these students thought PSAs are good to express damage of cigarette. Students who quit smoking thought that the smoking cessation effect of PSAs weaker. Also, these students were more negative than the others about the PSAs are good to express damage of cigarette. The rate of discomfort from PSAs about of cigarettes was higher those who quit smoking.

Conclusion: While the point of view of the PSAs towards the benefits and quality is the most positive among the ones who have never used the cigarette, it is the most unfavorable among those who have left the cigarette.

Keywords: medical students, addict of cigarette, public spot ads.

ÖZ

Amaç: Bu araştırmanın amacı Tıp Fakültesi öğrencileri arasında sigara içme sıklığı ve kamu spotu reklamlarına yönelik tutumu araştırmaktır.

Yöntem: Tıp Fakültemizdeki öğrencilere yüz yüze anket yöntemi ile sigara kullanma durumu ve tütün kullanımı ile ilişkili kamu spotu reklamlarına yönelik tutumlarını sorgulayan 36 soru sorulmuştur.

Bulgular: 194'ü (%61,8) kadın, 120'si (%38,2) erkek olan 314 öğrencinin sigara içme oranı %29,6 (93) idi. Sigara içenlerden 12'si (%12,9) kamu spotlarının sigarayı bırakmada destek olduğunu düşünüyordu. Hiç sigara kullanmamış olanlar kamu spotlarının sigarayı bıraktırmada önemli bir etken olduğunu ve sigaranın zararlarını iyi anlattığını düşünmekteydi. Sigarayı bırakmış olanlar kamu spotlarının sigarayı bıraktırıcı etkisini daha zayıf bulmakta, sigaranın zararlarını iyi anlattığı konusunda diğer gruplara göre daha olumsuz düşünmekteydiler. Sigara ile ilgili kamu spotlarından rahatsızlık duyma oranı sigarayı bırakmış olanlarda daha fazlaydı.

Sonuç: Tıp Fakültesi öğrencilerinde sigara ile ilgili kamu spotu alanında ilk kez yapılan bu çalışmada; kamu spotlarının fayda ve kalitesine yönelik bakış açısı hiç sigara kullanmamış olanlarda daha olumlu iken sigarayı bırakmış olanlarda en olumsuzdur.

Anahtar kelimeler: Tıp Fakültesi öğrencileri, sigara bağımlılığı, kamu spotu reklamları.

Correspondence / Yazışma Adresi: Ayşe Baha, Akçiçek Devlet Hastanesi, Göğüs Hastalıkları Kliniği, Girne, KKTC
E-mail: dr_ayse Demir@hotmail.com
Received /Gönderilme tarihi: 21.6.2018 Accepted /Kabul tarihi: 11.7.2018

GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) verilerine göre dünyada en yaygın önlenebilir ölüm nedeni olan tütün kullanımı 20.yüzyılda 100 milyon ölüme yol açmıştır, 21. yüzyılda 1 milyar kişiyi öldürebileceği öngörülmektedir (1). Dünyada en yoğun sigara tüketimi gelişmekte olan ülkelerdedir. Bu ülkelerde genç nüfusun yoğun olması, popülasyonun %50'sinin 13 yaşından,

%90'ının ise 20 yaşından önce sigaraya başlaması nedeni ile sigara üreticilerinin ana hedef kitlesi genç bireylerdir (1). Dolayısıyla tütünle mücadelede bizlerin de asıl hedefi gençler olmalıdır. Bu mücadelede durum tespiti yapılması ve mücadele konusunda geliştirilen tekniklerin bireyler üzerindeki etkisinin analiz edilmesi gereklidir.

Tütünle mücadele konusunda yapılan sosyal çalışmalar ve yasal düzenlemelere 2003 yılından beri tütünle ilgili kamu spotu reklamları eklenmiştir. Bu reklamların tıp fakültesi üzerindeki etkilerini araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Amacımız tıp fakültesi öğrencileri arasında sigara içme sıklığını ve kamu spotu reklamlarına yönelik tutumu araştırmaktır.

YÖNTEM

Katılımcılar

Çalışmanın yürütülmesi için Ufuk Üniversitesi Tıp Fakültesi yerel etik kuruldan onay alınmış, 1-15 Ocak 2018 tarihleri arasında Ufuk Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde eğitim görmekte olan ve katılmayı kabul eden öğrencilere gözlem altında anket uygulanmıştır. Anket uygulaması öğretim görevlisi ya da öğretim üyesi gözetiminde yapılmıştır ve katılım oranı %88,7'dir.

Veri Toplama Araçları

Öğrencilerin yaş, fakülte sınıf, cinsiyet, yaşam alanı, kiminle yaşadığına dair sosyodemografik bilgileri kayıt edildikten sonra, 36 sorudan oluşan anket uygulanmıştır (sigara kullanma durumu, sigaraya başlama yaşı, sigaraya başlama dönemini sorgulayan 3 soru, Fagerström Nikotin Bağımlılık Testini oluşturan 6 soru, sigarayı bırakma düşüncesi, sigarayı bırakma konusunda kendisine destek olacağını düşündüğü durumlar, çevresinde sigara içenlerin varlığı, sigaranın kendisine ve çevresine zarar verdiğini düşünüp düşünmediği, yaşam alanındaki televizyon sayısı ve reklam izleme sıklığının sorulduğu 7 soru, tütün ile ilgili kamu spotu reklamlarına karşı tutumun sorgulandığı 20 soru).

Fagerström Nikotin Bağımlılık Testinin Türkçe validasyonu yapılmıştır ve her bir sorudan alınan puanların toplamına göre bağımlılık 5 kategoride değerlendirilebilir; 0-2 puan çok az, 3-4 puan az, 5 puan orta, 6-7 puan yüksek ve 8-10 puan çok yüksek bağımlılık (2).

Kamu spotuna yönelik tutumun sorgulandığı 20 soru daha önce Afyon ilinde yapılan bir ankette alınmıştır ve bu soruların kullanılmasında için gerekli izinler alınmıştır (3). Kamu spotuna yönelik soruların güvenilirliği daha önce Yaman ve arkadaşları tarafından test edilmiş ve güvenilir (Cronbach Alpha=0,79) bulunmuştur.

Veri Analizi

K Veri analizi "SPSS for Windows 21" paket programı kullanılarak yapılmıştır. Veriler aritmetik ortalama, standart sapma, yüzde ve sayı değerleri ile gösterilmiştir. Çalışmanın tek yönlü analizi aktif sigara içen, kullanıp bırakmış ve hiç içmemiş olmak üzere 3 grupta yapılmıştır ve istatistiksel anlamlılık değeri $p < 0,05$ kabul edilmiştir.

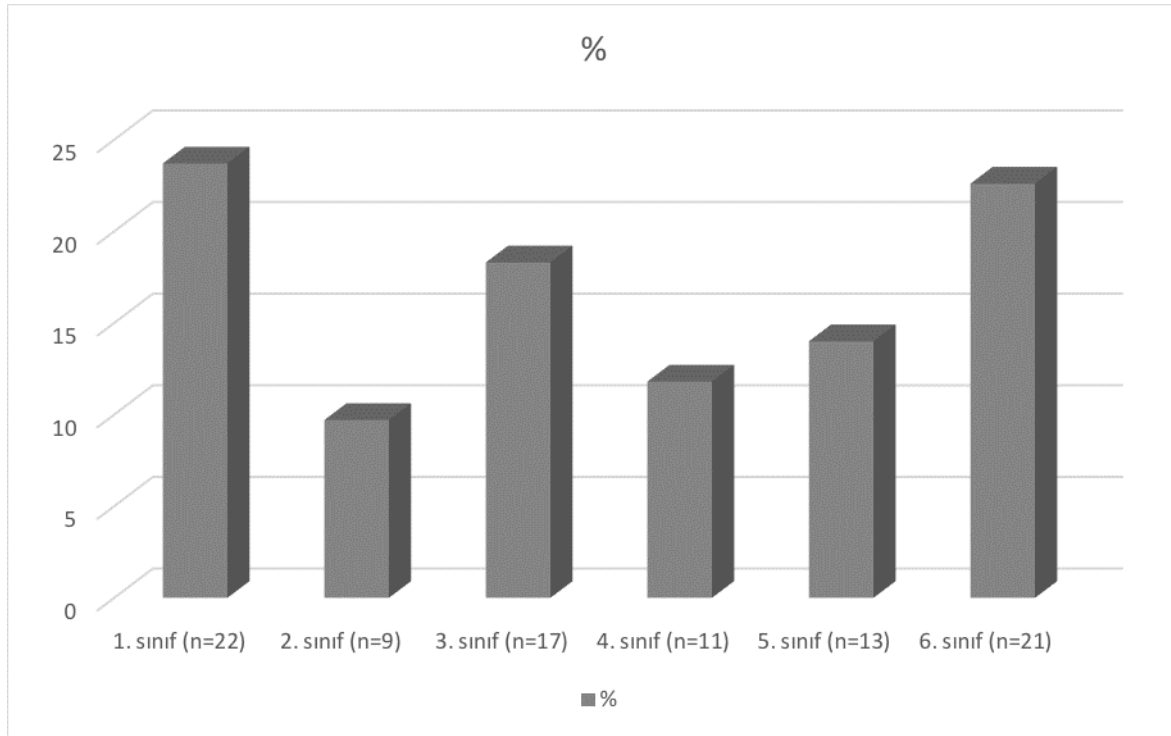
BULGULAR

194'ü (%61,8) kadın, 120'si (%38,2) erkek olan 314 öğrencinin aktif sigara içme oranı %29,6 olarak saptandı. Öğrencilerden 37'si (%11,8) sigarayı bırakmış, 184'ü (%58,6) hiç sigara kullanmamıştı. Sınıflara göre aktif sigara kullanma sıklıkları Şekil 1'de görüldüğü gibidir. Ortalama sigaraya başlama yaşı 18,1±2,74 idi. Sigara içen öğrencilerin %49,5'i (46) çok az, %20,4'ü (19) az, %9,7'si (9) orta, %7,5'i (7) yüksek, %8,6'sı (6) çok yüksek düzeyde nikotin bağımlıydı ve %43'ü (40) sigarayı bırakmayı düşünürken %23,7'si (22) düşünmüyordu, 32,3'ü (30) kararsızdı.

Tablo 1. Sigara kullanmakta olan öğrencilerde sigarayı bırakma konusunda kendisine destek olacağı düşünülen durumlar

	n (%)
Aile ve arkadaşların uyarısı	33 (35,5)
Kamu spotu reklamları	12 (12,9)
Kamusal alanda sigara içme yasağı	11 (11,8)
Sigara paketlerinin üzerindeki uyarılar	12 (12,9)
Sigara fiyatlarının artması	53 (57,0)
Solunumsal bir hastalığa yakalanmak	71 (76,3)

Sigara içenlerden 12'si (%12,9) kamu spotlarının, 53'ü (%57,0) sigara fiyatlarının artmasının, 71'i (%76,3) solunumsal bir hastalığa yakalanmanın sigarayı bırakma konusunda kendisine destek olacağını düşünüyordu. Öğrencilerin sigarayı bırakma konusunda kendisine destek olacağını düşündüğü durumların özeti Tablo 1'de görüldüğü gibidir. Bu öğrencilerden 4'ünün (%4,3) ailesinden (anne,baba,kardeş) en az 1 kişi, 43'ünün (%46,2) çevresinden (partener,arkadaş) en az 1 kişi, 43'ünün (%46,2) hem aile hem çevresinden en az 1'er kişi sigara kullanmaktaydı.



Şekil 1. Aktif sigara kullanıcılarının sınıflara göre dağılımı

Tablo 2. Öğrencilerin yaşam alanlarındaki televizyon sayıları ve reklam izleme sıklıkları

TV sayısı	Sigara kullanmayan	Bırakmış	Aktif içici	p (ANOVA)
0	3 (%2,7)	2 (%5,5)	6 (%6,5)	0,002
1	43 (%38,7)	20 (%55,6)	51 (%55,4)	
2	47 (%42,3)	10 (%27,8)	25 (%22,5)	
3	12 (%10,8)	4 (%11,1)	6 (%6,5)	
>3	6 (%5,4)	0 (-)	4 (%3,6)	
Reklam izleme sıklığı				
Her gün	39 (%35,4)	14 (%38,9)	26 (%28,3)	<0,001
İki günde bir	47 (%42,7)	9 (%25)	13 (%14,1)	
Haftada bir	16 (%14,5)	6 (%16,7)	16 (%17,4)	
Hiç	8 (%7,3)	7 (%19,4)	37 (40,2)	

Öğrencilerin yaşam alanlarında bulunan televizyon sayıları ve reklam izleme sıklıkları Tablo 2'de görüldüğü gibidir. Aktif sigara içicilerinin yaşam alanlarındaki televizyon sayıları ve reklam izleme sıklıkları diğer gruplara göre daha az bulunmuştur (sırasıyla p=0,002, p<0,001).

Tablo 3. Sigara kullanma durumlarına göre kamu spotu anketine verilen yanıtların karşılaştırılması

İfadeler	n/n/n	Sigara kullanmayan	Brakmış	Aktif içici	f	p
Kamu spotlarını izlerim	184/37/93	3,880,93	3,321,16	3,311,14	11,8	<0,001
Kamu spotları reklamları sigarayı bırakırmada etkilidir	184/37/93	3,080,96	2,571,24	2,891,15	3,9	0,02
Kamu spotu reklamlarını dinledikten/izledikten sonra sigarayı bıraktım	-/35/86	-	1,831,07	1,690,74	0,5	0,5
Kamu spotları sigaranın zararlarını anlatmada önemli bir kaynaktır	184/37/91	3,730,81	3,001,37	3,221,71	13,0	<0,001
TV'de izlediğim sigara ile ilgili olan kamu spotları radyodakilere göre daha etkileyicidir	184/37/92	3,940,84	3,161,36	3,431,08	14,2	<0,001
Sigara ile ilgili olan kamu spotu reklamını görünce/dinleyince kanal/frekansı değiştiririm	184/37/92	2,581,12	2,541,46	2,601,13	0,03	0,9
Sigara ile ilgili kamu spotlarını gerçekçi bulurum	184/37/92	3,360,99	2,811,24	3,221,11	4,3	0,01
Kamu spotları içinde sigara ile ilgili olanlar akılda kalıcıdır	183/27/92	3,770,81	2,971,66	3,430,99	13,3	<0,001
Sigara ile ilgili kamu spotları daha sık yayınlanmalıdır	179/27/91	3,731,04	3,241,23	3,451,09	4,2	0,01
Sigara ile ilgili olan kamu spotları toplumun refahını artırır	183/35/92	3,380,87	2,881,16	3,141,01	4,9	0,008
Sigara ile ilgili kamu spotları insan sağlığı açısından önemlidir	183/37/91	3,900,75	3,411,19	3,620,96	6,4	0,002
Sigara ile ilgili olan kamu spotlarının kalitesinin artırılması gerekir	184/37/92	4,280,73	4,410,93	4,020,98	4,1	0,01
Sigara ile ilgili kamu spotları beni rahatsız eder	182/37/92	2,050,97	2,491,22	2,420,94	5,7	0,004
Sigara ile ilgili kamu spotlarını yanlış ve yanıltıcı bulurum	183/37/92	2,050,87	2,240,98	2,431,08	5,1	0,007
Sigara ile ilgili kamu spotlarını yaratıcı bulurum	183/37/92	3,070,99	2,651,16	2,961,10	2,5	0,08
Sigara ile ilgili kamu spotlarındaki fon müziğini ve seslendirenin sesini severim	184/37/91	3,131,14	2,541,12	2,871,01	5,1	0,007
Sigara ile ilgili kamu spotları iddia ve vaatler vererek insanların kafasını karıştırmaktadır	184/37/92	2,430,98	2,480,99	2,601,01	0,8	0,4
Sigarayı bırakırmada kamu spotları yeterlidir	184/37/92	2,181,04	1,921,01	2,221,05	1,1	0,3
Sigara ile ilgili kamu spotları beni sağlığım açısından endişelendirir	181/37/92	2,941,14	3,001,05	3,141,06	1,0	0,3
Hiçbir şey bana sigarayı bırakırmaz	-/32/87	-	4,121,16	3,631,18	2,1	0,1

Sigara kullanma durumlarına göre kamu spotu anketine verilen yanıtlar Tablo 3'de görüldüğü gibidir. Buna göre hiç sigara kullanmamış olanlar kamu spotlarının sigarayı bırakırmada önemli bir etken olduğunu ($p=0,02$) ve sigaranın zararlarını iyi anlattığını düşünmektedir ($p<0,001$). Sigarayı bırakmış olanlar kamu spotlarının sigarayı bırakırmada etkisini daha zayıf bulmaktadırlar ($p=0,02$), sigaranın zararlarını iyi anlattığı konusunda diğer gruplara göre daha olumsuzdurlar ($p<0,001$) ve kamu spotlarını daha az gerçekçi bulmaktadırlar ($p=0,01$). Sigara ile ilgili kamu spotlarından rahatsızlık duyma oranı sigarayı bırakmış olanlarda ve aktif içicilerde hiç sigara içmemiş olanlara göre daha fazladır ($p=0,004$). Sigara içmekte olan ve bırakmış olan bireyler içmeyenlere göre kamu spotlarının içeriğini yanlış ve yanıltıcı bulmaktadır ($p=0,007$).

TARTIŞMA

Ülkemizde sigara kullanımı hem üniversite hem de tıp fakültesi öğrencilerinde araştırılmıştır. Bu çalışmalarda üniversite öğrencilerinde sigara içme sıklığı %21,4-%60,9, tıp fakültesi öğrencilerinde ise %15,1-39,9 arasında değişmektedir (4-7). Akpınar ve arkadaşlarının 2010 yılında bizim üniversitemizde yaptıkları çalışmada tıp fakültesi öğrencilerinin sigara kullanım sıklığı %25 olarak bulunmuştur (8). 8 yıl aradan sonra yapılan şimdiki çalışmamızda ise %29,6 ile bu oranın arttığı görülmüştür. Bunun birkaç nedeni olabilir; birincisi 2010 yılında 3 farklı fakülteden çalışmaya katılan öğrenci sayısı 324 iken şimdiki çalışmada tek başına tıp fakültesinden katılım 314 öğrencidir. İkincisi öğrencilerin sosyokültürel özellikleri ve bireysel başa çıkabilme yetenekleri dönemsel farklılık gösteriyor olabilir. Kamusal alanda tütün kullanımını sınırlayan yasanın 2010 yılında daha etkin uygulanıyor olması da bir faktör olabilir.

Tıp Fakültesi öğrencilerini longitudinal şekilde izleyen bir çalışmada 1. sınıfta %22 olan sigara içme sıklığının 6. sınıfa gelindiğinde %27'ye yükseldiği görülmüştür (9). Yapılan kesitsel çalışmalarda ise 6. sınıftaki öğrencilerin en yüksek sigara kullanan grubu oluşturduğu bildirilmiştir (4,8). Bizim çalışmamızda da 1. sınıftan 6. sınıfa doğru sigara içme sıklığında artış vardır. Sigara kullanan bireylerin yaklaşık %80'i sigaraya 18 yaşından önce başlamaktadır (10,11). Baykan ve arkadaşlarının çalışmasında tıp fakültesi öğrencilerinde sigaraya başlama yaşı 16,7'dir (12). 2010 yılında fakültemizde yapılan çalışmada öğrencilerin çoğunun lise döneminde sigaraya başladığı saptanmıştır (9), şimdiki çalışmamızda ise sigaraya ortalama başlama yaşı 18'dir ve %55,9'u (n=52) üniversitede, %37,6'sı (n=35) lise döneminde sigaraya başlamıştır. 2010 yılındaki çalışmada farklı 3 fakültenin, şimdiki çalışmada ise sadece tıp fakültesi öğrencilerinin çalışmaya dahil edilmiş olması bu farkı yaratıyor olabilir.

Çalışmamızda aktif sigara içen öğrencilerin %76,3'ü (n=71) solunumsal bir hastalığa yakalanmanın, %12,9'u (n=12) ise kamu spotu reklamlarının sigarayı bırakma konusunda kendisine yardımcı olacağını düşünmektedir. Kamu spotu reklamları kamu yararına hizmet eden bir sosyal pazarlama örneği olarak sigara tüketimini azaltmayı, çeşitli hastalıklarla mücadele etmeyi, trafik kazalarını azaltmayı amaçlamaktadır (13). Ülkemizde 2003 yılından bu yana tütün ile ilgili kamu spotu reklamları yer almaktadır. Bu reklamlar radyo ve televizyonlarda yayınlanmaktadır. Çalışmamızda aktif sigara içen öğrencilerin televizyona sahip olma durumları ve reklam izleme sıklıkları diğer gruplara göre daha azdır. Bu durumun onların kamu spotu reklamlarını fark etme olasılıklarını azalttığı düşünülebilir.

Yaman ve arkadaşlarının tütün ile ilgili kamu spotu reklamlarının sigara kullanıcıları üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmada (3) genç nüfus sigara ile ilgili kamu spotu reklamlarından rahatsızlık duymaktadır ve sigaranın sağlık açısından kötülüklerini bilmelerine rağmen bu konuda hazırlanan kamu spotu reklamlarına olumsuz yaklaşmaktadırlar. Yaman ve arkadaşlarının bu çalışması toplumun genel bir kesimine yapılmıştır, dolayısıyla genç nüfusun bu bakış açısını tespit etmek önemlidir. Bizim çalışmamız spesifik bir grup üzerinde ilk kez yapılmıştır, bu nedenle genelden bahsetmemiz mümkün değildir. Ancak bu çalışma ile gördük ki tıp fakültesi öğrencilerinden hiç sigara kullanmamış olanlar kamu spotlarına karşı olumlu bakış açısına sahip iken aktif sigara içicilerinde bu bakış açısı en olumsuzdur. Ancak bu olumlu ya da olumsuz bakış açısının nedenlerini sorgulamayışımız çalışmamızın en önemli kısıtlılığıdır. Sigara içmekte olan ve bırakmış olan bireyler kamu spotlarını yanlış ve yanıltıcı bulmaktadır, bu nedenle kamu spotları hazırlanırken hedef kitle iyi belirlenip onların etkilenmesini sağlamak için neler yapılması gerektiği iyi irdelenmelidir.

Tüm dünyada özellikle genç nesil için başlıca tehlikelerden birisi olan tütün ürünleri konusunda mücadele yöntemleri geliştirirken durum tespiti yapmak ve onların beklentilerini karşılayabilecek fikirler üretmek doğru olacaktır. Dolayısıyla kamu spotu reklamlarının genç bireylere daha kolay ulaşması ve beklentilerini karşılayabilmesi adına konu hakkında yeni çalışmalar yapılmasına ihtiyaç vardır.

Sonuç olarak Tıp Fakültesi öğrencilerinde sigara ile ilgili kamu spotu alanında ilk kez yapılan bu çalışmada; kamu spotlarının fayda ve kalitesine yönelik bakış açısı hiç sigara kullanmamış olanlarda daha olumlu iken, halen sigara içmekte olanlarda daha olumsuz, sigarayı bırakmış olanlarda en olumsuzdur. Kamu spotlarının içeriğinin sigara içmekte olan

genç bireylerin davranışlarını etkileyebilecek şekilde düzenlenmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Genç bireylerin kamu spotlarına olumlu ya da olumsuz bakış açısını etkileyebilecek başka faktörlerin de sorgulanacağı yeni çalışmalar ile konu hakkında daha somut veriler elde edilebilir.

KAYNAKLAR

1. MPOWER WHO report. www.who.int/tobacco/mpower/
2. Uysal MA, Kadakal F, Karşıdağ Ç, Bayram NG, et al. Fagerstrom test for nicotine dependence: Reliability in a Turkish sample and factor analysis. *Tüberküloz ve Toraks Dergisi* 2004;52(2):115-121
3. Yaman F, Gökçan İ. Kamu spotu reklamlarının sigara kullanıcıları üzerindeki etkisi: Afyonkarahisar ilinde bir uygulama. *KAÜ İİBF Dergisi* 2015;6:11
4. Saatçi E, İnan S, Bozdemir N, Akpınar E, et al. Predictors of smoking behavior of first year university students: questionnaire survey. *CMJ* 2004; 45(1):76-79.
5. Metintaş S, Sarıboyacı MA, Nuhoğlu S, Metintaş M, et al. Smoking patterns of university students in Eskişehir, Turkey. *Public Health* 1998; 112:261-264.
6. Onal AE, Timerdem Y, Özel S. Smoking addiction among university students in Istanbul. *Addiction Biology* 2002; 7:397-402.
7. İçli F, İçli T, Günel N, et al. Fighting against cigarette smoking among medical students: a success story. *Journal of Cancer Education* . 2014;29(3):458-462.
8. Akpınar EE, Akpınar S, Gülhan M. Üniversite öğrencilerinin tütün kullanımı ve konu ile ilgili bilgi düzeyleri. *Solunum* 2010;12(1): 1-6.
9. Senol Y, Donmez L, Turkey M, Aktekin M. The incidence of smoking and risk factors for smoking initiation in medical facultystudents: cohort study. *BMC Public Health* 2006,6:128.
10. Elders MJ, Perry CL, Eriksen MP, Giovino GA. The report of the Surgeon General: Preventing tobacco use among young people. *Am J Public Health* 1994;84:543-7.
11. Özcebe H. Gençler ve Sigara. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 731. Klasmat Matbacılık Ankara 2008
12. Baykan Z, Naçar M. Tıp fakültesi öğrencilerinin sigara kullanımı ve tütün kanununa ilişkin görüşleri. *Dicle Tıp Dergisi*. 2014; 41 (3): 483-490.
13. Becerikli SY. Sağlık iletişimi çalışmalarında alımlama analizinin kullanımı: odak grup çalışması yoluyla kamu kampanyaları ve reklam metinlerine ilişkin çapraz bir okuma pratiği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2012;43:163-177.