



RESEARCH ARTICLE / ARAŞTIRMA YAZISI

A Review on the Use of Smokeless Heated Tobacco and Reasons for Preference in terms of the Society of Spectacle

Gösteri Toplumu Açısından, Dumansız Isıtılmış Tütün Kullanımı ve Tercih Etme Sebepleri Üzerine Bir İnceleme

Burcu Süerdem¹, Fevzi Kasap²

Abstract:

This research aims to examine the consumption behaviors of e-cigarette users in Northern Cyprus and the reasons for these behaviors in terms of the demonstration society. While e-cigarette, as a smokeless tobacco product, aims to provide an alternative to adult smokers, it is also used as a symbol of a certain lifestyle, prestige and modernity. The research analyses the social acceptance of e-cigarette use and the interactions between users. The research evaluates how tobacco preferences and motivations for use are shaped from the perspective of the demonstration society. The participants' motivations for using e-cigarettes include motifs such as stress relief, wannabe and habit, which are in line with the concepts of show society. The prevalence of e-cigarettes and their relationship with personal image is compatible with the aesthetic and image-oriented structure of the show society. The reasons why the participants prefer e-cigarettes can be explained by their desire to positively affect their image and their desire to have an elite appearance. The high level of health awareness emphasizes the importance of health and beauty perception in the show's society. The fact that e-cigarette offers a different experience from traditional cigarettes indicates that participants may tend to use tobacco through a simulation rather than a real tobacco experience. As a result, it is concluded that e-cigarette is not only a tobacco product but also a style, symbol, style and image element in social life.

Keywords: Consumption Culture, The Society of Spectacle, e-cigarette, Tobacco, Cigarette.

¹MSc, Near East University, Communication Faculty, Department of New Media and Communication, Nicosia, TRN Cyprus, e-mail: burcu.suerdem@med.neu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0002-9042-0038

²Prof. Dr., Near East University, Communication Faculty, Head of Radio TV and Cinema Department, Nicosia, TRN Cyprus, e-mail: fevzi.kasap@neu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0003-3965-3837

Address of Correspondence/Yazışma Adresi: MSc, Near East University, Communication Faculty, Department of New Media and Communication, Nicosia, TRN Cyprus, e-mail: burcu.suerdem@med.neu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0002-9042-0038

Date of Received/Geliş Tarihi: 20.03.2024, **Date of Revision/Düzeltilme Tarihi:** 15.07.2024, **Date of Acceptance/Kabul Tarihi:** 22.10.2024, **Date of Online Publication/Çevrimiçi Yayın Tarihi:** 20.12.2024

Citing/Referans Gösterimi: Süerdem, B. & Kasap, F. (2024). A Review on the Use of Smokeless Heated Tobacco and Reasons for Preference in terms of the Society of Spectacle, *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, 6(4): 360-367

© 2024 The Author(s). Published by Cyprus Mental Health Institute / Cyprus Turkish Journal of Psychiatry and Psychology (www.ktpdergisi.com). This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 license which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, provided the original work is properly cited and is not used for commercial purposes. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Öz:

Bu araştırma, Kuzey Kıbrıs'taki elektronik sigara kullanıcılarının tüketim davranışlarını ve bu davranışların gösteri toplumu açısından nedenlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Elektronik sigara, dumansız tütün ürünü olarak, sigara içen yetişkinlere alternatif sunmayı hedeflerken, aynı zamanda belirli bir yaşam tarzı, prestij ve modernlik simgesi olarak da kullanılmaktadır. Araştırmada, elektronik sigara kullanımının toplumsal kabulünü ve kullanıcılar arasındaki etkileşimleri analiz etmektedir. Araştırmada, gösteri toplumu perspektifinden, tütün tercihlerinin ve kullanım motivasyonlarının nasıl şekillendiği değerlendirilmektedir. Katılımcıların elektronik sigara kullanım motivasyonları arasında stres giderme, özenti ve alışkanlık gibi gösteri toplumu kavramlarına uygun motifler bulunmaktadır. Elektronik sigaranın yaygınlığı ve kişisel imajla ilişkisi, gösteri toplumunun estetik ve imaj odaklı yapısıyla uyumludur. Katılımcıların elektronik sigarayı tercih etme nedenleri, imajlarını olumlu yönde etkileme arzuları ve elit bir görüntüye sahip olma istekleri ile açıklanabilir. Sağlık bilincinin yüksekliliği, gösteri toplumunda sağlık ve güzellik algısının önemini vurgular. Elektronik sigaranın, geleneksel sigaradan farklı bir deneyim sunması, katılımcıların gerçek tütün deneyiminden ziyade bir simülasyon aracılığıyla tütün kullanma eğiliminde olabileceğini gösterir. Sonuç olarak, elektronik sigaranın tütün ürünü olmanın ötesinde, toplumsal yaşamda bir tarz, sembol, stil ve imaj unsuru olarak yer aldığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, Gösteri Toplumu, Elektronik Sigara, Tütün, Sigara.

Giriş

Gösteri toplumu, Fransız düşünür Guy Debord tarafından ortaya atılan bir kavramdır. Bu kavram, toplumun giderek daha fazla görsel ve simgesel gösterilere dayandığı bir dönemi ifade eder. Temel olarak, insanlar yaşamlarını medya, reklam ve diğer görsel öğelerle inşa ederler. Gösteri toplumunda, gerçeklik yerine simgeler ve imajlar ön plandadır. Bireyler, kendi kimliklerini ve değerlerini göstermek için tüketim ve görsel unsurları kullanma eğilimindedirler. Bu durum, tüketim kültürünün ve görsel medyanın toplum üzerindeki etkilerini vurgular. Kavram, toplumun sosyal etkileşimlerini, iletişimini ve değerlerini derinlemesine anlamak için kullanılır.

Gösteri, maddi olarak toplumun içindeki bireyler arasındaki ayrılık ve uzaklaşmanın ifadesidir diyen Debord, nesneler yığını ile birlikte insanlar daha da köleleşir der (Debord, 1996, s.113). Baudrillard ise tüketimin ideolojisini “okul” a benzetir, nesneler önünde eşitsizlik yoktur ama radikal bir ayrımcılık vardır (Baudrillard, 1997, s.66). Avcı toplayıcı toplum zamanında zenginlik, sahip oldukları mala göre ölçülmezdi, zenginlik kişiler arasındaki değiş tokuşa dayalıydı (Baudrillard, 1997, s.77). Artık farklılıklar geniş bir tüketim ortaklığı içinde değiş tokuş ediliyor (Baudrillard, 1997, s. 111).

XX. yüzyılı Aşırılık Çağı diye adlandıran Eric J Hobsbawm, “XX. Yüzyılın ikinci yarısında meydana gelen en dramatik ve uzun soluklu ve bizi geçmişin dünyasından koparan toplumsal değişim, köylülüğün ölümüdür” der (Hobsbawm, 1991, 336). Köylüler kentlere kitlesel göç ederek, büyük kent nüfuslarını 1950’lerden sonra hızla artırdılar. 1952’de ilk alışveriş merkezi Amerika’da Lakewood Center, 154 dönümlük alana inşa edilmişti ve 10.000 kapasiteli otoparka sahipti (First Shopping Malls in the United States, t.y.). Alışveriş merkezleri Baudrillard’a göre kentsel bir mekandır ve çoğu ihtiyaca cevap verir. Bu mekanlar bir şehir simülasyonudur (1997, s. 20). Tüketim seviyesini en yüksek seviyede tutan simülasyon, özel günlerde kendini aşarak daha fazla ürünün tüketiciye kolaylıkla erişmesini sağlamaktadır. Tüketim, şehirde köylere göre yaşam standardının daha büyük bir ögesidir (Webben, 2005, s.68).

Tüketim Toplumu

Tüketim kavramı insanlığın var oluşu ile birlikte, doğada buldukları ile avcılık toplayıcılık yaparak kendi geçimini sürdürmeye çalışması ile var olmuştur. Türk Dil Kurumu’na göre tüketim “üretilen şeylerin kullanılıp harcanması, tüketmek eylemi” demektir (Tüketim, ty.). Tüketim toplumu modern çağa geçişle ortaya çıkmış bir kavramdır. Modern çağın öncesi az ile veya var olanla yetinmeyi bilen insanoğlu, sanayi devrimi ile birlikte seri üretim fabrikalarının hayatımıza girmesiyle toplum, üretim fazlalığına ve tüketim çılgınlığına doğru ilerlemiştir. Tüketim çılgınlığını Baudrillard şu şekilde açıklar: “geçmiş uygarlıkların tümünde dayanıklı nesneler, araçlar veya binalar kuşaklarca insandan daha uzun yaşamışken, bugün onların doğmasını, gelişmesini ve ölmesini izleyen bizleriz” (1997, s.16). Tüketim kavramı, tüketicilerin tüketim kavramını temel olarak aldığını ve kendilerini diğerlerinden farklılaştırmak için tüketimi kullandıklarını belirten sınıfları meydana getiren insanların toplumsal kimlik hissine sahip olmalarına imkân sağlamıştır (Sabuncuoğlu İnanç & Özdemir, 2018, s.11).

Daha fazla tüketim, daha fazla üretim ve dolayısıyla daha fazla refah demektir şeklindeki düşüncelerle birlikte özellikle serbest piyasa ekonomisi taraftarlarının öne sürdüğü bu durum dünyamızda geçerli bir ideoloji olarak karşımıza çıkmaktadır (Çınar & Çubukçu, 2009, s.279).

“Alt kültürler egemen kültürlerin simgelerini çalıp, aykırı bir simgeler sistemi oluşturmaya çalışırlarsa, tüketim toplumu da aynı simgeleri sınıfsal ya da tarihsel içeriklerinden arındırıp piyasaya iade eder. Piyasa ise kendi ilkeleri sürdüğü müddetçe, karşı görüşten simgelerin serbest dolaşımına izin verecektir.” (Gürbilek, 1992, s.37).

Eric Hobsbawm, İkinci Dünya Savaşı sonunda eski gelişmiş ülkelerde işçi sınıfı ile birlikte genç nüfusun geçirdiği evrimi şu şekilde özetlemiştir;

Tüketicinin hissettiği taklit ihtiyacı, kesinlikle, kişinin kendisini oluşturan bütün dinamikleri tarafından şartlandırılmış çocuksu bir ihtiyaçtır (Debord, 1996, s.115). Baudrillard, ekonomistlerin “ihtiyaç” kavramını

açıklarken, ihtiyacın bulunabilir mallarla ve piyasaya sürülmüş malların senaryosuyla yönlendirilmiş tercihler tarafından zaten belirlendiğinden bahseder (Baudrillard, 1997, s.78). Zaten bir ürün piyasaya sürülmeden önce aslında ona olan ihtiyacımız, görsel işitsel imgelerle etrafımızı sarmıştır ve o ürüne ihtiyacımız olduğuna dair ikna edilmişizdir.

Tüketicinin sonsuz sayıda seçeneği olmasına rağmen, genellikle seçenekler ikiye indirgenerek çözüme kavuşur. “Mesela sigara tüketiyorsa ve gösterişe meraklıysa hamburgeri bitirmesinin akabinde Marlboro veya Parliament sigarası yakması muhtemeldir. Marlboro ve Parliament’in Philip Morris tarafından üretildiğini bilmesine rağmen söz konusu iki sigarayı rakip olarak görür ve rakiplerinden birinin tarafını seçer” (Ürkek, 2019, s. 8). Tüketim toplumu oluşurken, üretilen yeni kavramlardan olan moda, seçimi yapan kişilerin kendilerini bir yalana kaptırdığı ortadadır. Baudrillard buna doğal güzelliğin geçersiz olduğu, işlevsel dişilik değerlerinin söz konusu olduğunu aktarır (Baudrillard, 1997 s.114). Modern insan, hayatını daha az emek içinde üretimle ama giderek daha fazla kendi ihtiyaçlarının ve refahının üretimi ve sürekli yenilenmesiyle geçirir (Tokagöz, 2011, s. 5). İhtiyaçların sınırsız artışı, kentsel yoğunlaşmayla aynı orandadır (Baudrillard, 1997, s.74). Gösteri toplumu, halk arasında karşındakini kahr etme, hava atma üzerine kurulmuştur. Günümüzde gösteriş, benliğin sunumu ve tüketim olgusu, sosyal medya mecraları üzerinden biçimlenme ve iletişim ve etkileşim kurmanın yanı sıra beğenilme arzusu ve gösteriş ihtiyaçlarını tatmin etmektedir (Yıldırım, 2021, s. 127). Gösteriş tüketimi açısından, giysilerin sürekli yenilenmesi ve fuzuli harcama içermesi gerekmektedir (Erkilet, 2012, s.32). Gösterişçi tüketim, psikolojik tatmin sağlayan mal ve hizmetlere sağlayan harcamalara denir (Güleç, 2015, s. 70).

Elektronik Sigara ve Isıtılmış Tütün

Elektronik sigara, Dünya Sağlık Örgütü’ne göre (2020) “Elektronik Nikotin Sağlayıcı Sistemler” (Electronic Nicotine Delivery Systems, ENDS) adı altında toplanmaktadır. Elektronik sigara, geleneksel tütün içme yöntemlerinden farklı bir alternatif olan bir elektronik cihazdır. Bu cihaz genellikle bir pil tarafından çalıştırılan bir ısıtıcı eleman içerir. Kullanıcılar, likit nikotin çözeltisi içeren kartuşları bu cihazlara takarlar. Isıtıcı eleman, likiti buharlaştırarak nikotin içeren bir aerosol üretir. Elektronik sigaralar, geleneksel sigara içme alışkanlıklarını taklit etmek veya azaltmak amacıyla tasarlanmıştır. Ancak sağlık etkileri ve güvenlik konularında henüz bir uzlaşa sağlanamamıştır.

“Elektronik sigaralar, solunarak alınan nikotini buharlaştırmanın yanı sıra, bazı sigara içme belirtilerinin yerini alarak koşullu sigara içme ipuçlarıyla başa çıkma mekanizması da sağlayabilir. Sigara içme hareketleriyle ilişkili ritüeller ve bu nedenlerden dolayı sigara, tütüne bağlı hastalık ve ölümlerle mücadelede-daha kapsamlı çalışılırsa- bir araç haline gelebilir (Caponetto, Russo ve ark., 2015: 12-19)”. Geleneksel sigarayı bırakmak için, elektronik sigara kullanımına geçilmesi ve bunun ne kadar başarılı olduğu, akademik açıdan halen araştırma aşamasındadır. Elektronik sigara ürününün geliştirilmesi sırasında tek kullanımlık ürünlerden bilgisayar ile uyumlu adaptörlerle şarj edilebilen ürünler haline geldiği, kişiye özel defalarca kullanılabilen bir ürün tasarımına ulaşıldığı, şekli ve renkleri ile cazip hale getirilerek piyasaya

sunulduğu, ayrıca çeşitli aromalarla farklı koku ve tatlar eklendiği görülmektedir (Bilir & Özcebe, 2022, s.12).

Elektronik Sigaranın Özelliği ve Kullanımı

Ürün tüketicilerine, yetişkinlere bir alternatif amacı ile, sigara dumanı değil, ısıtılmış tütünden çıkan buhar ile alternatif nikotin alımı sağlamak üzerine pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

Elektronik sigara tüketimi moda ile ilişkilendirilebilir. Yapılan çalışmada Örneklem 10’un, “*Elektronik sigarayı kullanmaya 5 ay önce başladım. Kötü kokudan kurtulmak ve imaj açısından daha prestijli, “klas” görünmek için elektronik sigara kullanmaya geçtim*” verdiği bu yanıt, aslında kişinin toplumsal dışlanma yaşamaması için girdiği sembolik şiddeti aktarıyor. Moda genellikle geleceği haber verir ve kimse bunun nasıl olduğunu bilmez (Hobsbawm, 1991, 385).

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, gösteri toplumu ile elektronik sigara kullananlar bireylerin arasındaki ilişkiyi ele almak hedeflenmiştir. Kuzey Kıbrıs’taki elektronik sigara kullanıcılarının tüketimi davranışları ve bunun gösteri toplumu açısından kullanma ve tercih etme sebepleri araştırmanın esas amacıdır. Elektronik sigara üretimi yapan Philip Morris International merkezi İsviçre’de olup, 160 ülkede satış yapan uluslararası tütün şirkettir. Küresel piyasalardaki tütün şirketi payı %15,6 ile önder durumdadır. 1924 yılında Marlboro’yu üretmiştir. Philip Morris International kendi sitesinde elektronik sigaranın toplam 43 ülkeye erişimi olduğu belirtilmektedir. Kıbrıs Rum’u ve Kıbrıs Türkü olarak Kıbrıs’taki erişim merkezleri belirtmekte ve ayrıca kullanıcıların erişebilecekleri telefon numaralarını sunmaktadır.

Philip Morris International’ın ürettiği elektronik sigara kısaltmasının açılımı yaygın bir kaniya göre “I Quit Ordinary Smoking”, yani “sıradan sigarayı bıraktım” ifadesinin kısaltmasıdır. PMI (Phillip Morris International) hiçbir zaman elektronik sigara markasının açılımının ne olduğunu belirtmemiştir. Philip Morris, “Sıradan sigarayı bıraktım” ifadesinin medyada daha fazla yer aldığını belirtse de hiçbir zaman açılımı hakkında veya kısaltma olduğuna dair bilgi verilmemiştir (Seidenberg & Freeman, 2022).

Araştırmanın Yöntemi

Çalışma, nitel bir araştırma olup, tanımlayıcı durum çalışması modellemesi üzerinden yapılmıştır. Elverişli örneklem kullanılmıştır. Bu örneklem seçilmesinin amacı, araştırmaya hız kazandırmak ve araştırmacının, yakın ve erişilmesi kolay olan bir durum olduğundan dolayıdır (Kılıç, 2013, s.46). Araştırma belli bir sosyo-ekonomik düzey üzerindeki kişilerle birebir görüşme tekniği ile yapılmıştır. Nitel içerik analizi yöntemi ile araştırma yapılmıştır. Birebir görüşme tekniği ile 20 kişi ile görüşme yapılmıştır. Araştırmada 14 Kasım 2023- 26 Kasım 2023 tarihleri arasında 20 kişi ile birebir görüşme gerçekleştirilmiş, her biriyle yaklaşık 1 saat görüşülmüştür. Araştırmacı, katılımcılara yönelttiği sorular öncesinde, etik kurulun önerisiyle hazırlanan “Katılımcı Bilgilendirme ve Aydınlatılmış Onam Formu”nu sözlü olarak okuyarak katılımcının, isim, soy isim ve imzalarını almıştır. Araştırma sırasında görüşmeciyi, geliştirdiği soruların çıktısını alıp, bireylere sorularını yöneltmiştir. Yakın Doğu Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu’ndan YDÜ/SS/2024/C006 sayı

numarası ile, 15 Temmuz 2024'tarihinde çalışmayla ilgili "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

Araştırma Örneklemi

Bu araştırma örneklemini elverişli örneklem yöntemi ile yapılmıştır. Araştırmada 14 Kasım 2023 - 26 Kasım 2023 tarihleri arasında 20 kişi ile birebir görüşme gerçekleştirilmiş, her biriyle yaklaşık 1 saat görüşülmüştür. Araştırmacı, katılımcılara yönelttiği sorular öncesinde, etik kurulun önerisiyle hazırlanan "Katılımcı Bilgilendirme ve Aydınlatılmış Onam Formu"nu sözlü olarak okuyarak katılımcının, isim, soy isim ve imzalarını almıştır. Araştırma sırasında görüşmecisi, geliştirdiği soruların çıktısını alıp, bireylere sorularını yöneltmiştir. Araştırmada amaç, gösteri toplumu ile elektronik sigara kullanan bireyler arasındaki ilişkiyi tespit etmektedir. Araştırma sonunda, elde edilen tüm bulgular, araştırmacının kişisel bilgisayarında yazılarak sıralanmıştır.

Görüşülen kişilerle, Demografi bölümünde yer alan sorulara karşılık olarak, gelir seviyesi tablolaştırılarak, aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Tablo 1. Gelir Seviyesi Düzeyi

0-17.000	Alt Düzey
17.000-35.000	Orta Düzey
35.000-70.000	Orta Düzey (Üst seviyeye yakın)
70.000- ... ve üzeri	Üst Düzey

Araştırmada görüşülen kişilerle ilgili demografik bilgiler, aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Tablo 1. Katılımcı Örnekleme Tablosu

Unvan / Meslek	İsim	Cinsiyet	Yaş	Gelir Seviyesi
Doktor	Örneklem 1	Erkek	65	Üst Düzey
Başhemşire	Örneklem 2	Kadın	40	Orta Düzey
Mühendis	Örneklem 3	Erkek	64	Orta Düzey (üst seviyeye yakın)
Grafik Tasarımcı	Örneklem 4	Kadın	31	Orta Düzey
Tıbbi Sekreter	Örneklem 5	Kadın	37	Orta Düzey
Doktora Öğrencisi	Örneklem 6	Erkek	40	Üst Düzey
Emekli	Örneklem 7	Erkek	63	Üst Düzey
Müdür	Örneklem 8	Erkek	39	Orta Düzey (üst seviyeye yakın)
Doktor	Örneklem 9	Erkek	54	Orta Düzey (üst seviyeye yakın)
Sağlık Çalışanı	Örneklem 10	Kadın	36	Orta Düzey
Memur	Örneklem 11	Kadın	35	Orta Düzey
Ticaret	Örneklem 12	Erkek	38	Orta Düzey (üst seviyeye yakın)
Üniversite Lisans Öğrencisi	Örneklem 13	Kadın	18	Öğrenci
Emekli	Örneklem 14	Erkek	56	Alt Düzey
Sağlık Çalışanı	Örneklem 15	Erkek	31	Orta Düzey
Emekli	Örneklem 16	Kadın	60	Orta Düzey
Hemşire	Örneklem 17	Kadın	32	Orta Düzey
Serbest Ticaret	Örneklem 18	Erkek	33	Orta Düzey
Akademisyen	Örneklem 19	Kadın	42	Orta Düzey
Ev Hanımı	Örneklem 20	Kadın	53	Alt Düzey

Araştırmanın Bulguları

Araştırmada 14 Kasım 2023 - 26 Kasım 2023 tarihleri arasında 20 kişi ile birebir görüşme gerçekleştirilmiş, her biriyle yaklaşık 1 saat görüşülmüştür. Araştırmacı, katılımcılara yönelttiği sorular öncesinde, etik kurulun önerisiyle hazırlanan “Katılımcı Bilgilendirme ve Aydınlatılmış Onam Formu”nu okuyarak katılımcının,

isim, soy isim ve imzalarını almıştır. Araştırma sırasında görüşmeci, geliştirdiği soruların çıktısını alıp, bireylere sorularını yöneltmiştir. Araştırmada amaç, gösteri toplumu ile elektronik sigara kullanan bireyler arasındaki ilişkiyi tespit etmektedir. Araştırma sonunda, elde edilen tüm bulgular, araştırmacının kişisel bilgisayarında yazılarak sıralanmıştır. Ardından elde edilen bulguları aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Tablo3. Tema ve Alt Tema Tablosu

Tema	Alt Temalar
Demografik Bilgiler	Yaş Dağılımı, Cinsiyet Eşitliği
Sosyoekonomik Durum	Gelir Seviyesi, Evde Sigara İçen Aile Üyesi
Sağlık Durumu	Fiziksel veya Psikolojik Rahatsızlıklar, Tütün Kullanım Süresi
Sigara Kullanım Sebepleri	Stres Giderme, Alışkanlık ve Sosyalleşme
Elektronik Sigara Kullanımı	Günlük Kullanım, Elektronik sigara Kullanımı
Sağlık Üzerindeki Etkiler	Elektronik Sigaraların Zararları, Kullanım Sebepleri
Kişisel İmaj ve Elektronik sigara Kullanımı	Kişisel İmaj Üzerindeki Etkiler, Gösteriş ve Estetik
Sigara Bırakma Düşüncesi	Sigara Bırakma, Sigarayı Bıraktıra Merkezleri

Demografik Bilgiler: Katılımcıların yaş ve cinsiyet dağılımları, araştırmanın temsiliyetini artırmak amacıyla dengeli bir şekilde seçilmiştir. Yaş aralığı geniş olan katılımcılar arasında, özellikle 30 yaş üzerindeki bireyler çoğunluktadır.

Yaş Dağılımı: 30 yaş üstü katılımcılar çoğunlukta.

Cinsiyet Eşitliği: Katılımcılar arasında eşit sayıda erkek ve kadın bulunmaktadır.

Sosyoekonomik Durum: Katılımcıların gelir seviyeleri genellikle orta düzeyde olup, bazıları üst düzey gelire yakındır. Evde sigara içen aile üyesi olan ve olmayan katılımcılar eşit sayıdadır, bu da sigara kullanım alışkanlıklarının aile ortamında nasıl şekillendiğini gösterir.

Gelir Seviyesi: Katılımcıların çoğunluğu orta düzey gelir seviyesine sahip.

Evde Sigara İçen Aile Üyesi: Katılımcılar arasında eşit sayıda evde sigara içen aile üyesi olan ve olmayan bulunmaktadır.

Sağlık Durumu: Katılımcıların bir kısmı fiziksel veya psikolojik rahatsızlıklara sahiptir ve tütün ürünlerini uzun süredir kullanmaktadır. Bu durum, tütün kullanımının sağlık üzerindeki etkilerini daha iyi anlamamıza yardımcı olur.

Fiziksel veya Psikolojik Rahatsızlıklar: Katılımcıların %25'i sağlık sorunları yaşamaktadır.

Tütün Kullanım Süresi: Ortalama kullanım süresi 22 yıl olarak tespit edilmiştir.

Sigara Kullanım Sebepleri: Stres gidermek, sigara içmenin başlıca sebepleri arasında yer alırken, alışkanlık

ve sosyalleşme gibi diğer faktörler de önemli rol oynamaktadır. Bu bulgular, sigara kullanımının psikolojik ve sosyal yönlerini ortaya koymaktadır.

Stres Giderme: Katılımcıların %40'ı stres gidermek amacıyla sigara içmektedir.

Alışkanlık ve Sosyalleşme: Diğer sebepler arasında alışkanlık, sosyalleşme ve zevk alma bulunmaktadır.

Elektronik Sigara Kullanımı: Katılımcılar arasında elektronik sigara kullanımı yaygındır ve çoğunluk Philip Morris International'ın ürettiği marka elektronik sigara kullanmaktadır. Günlük kullanım miktarları değişiklik gösterse de bu ürünlerin tercih edilme nedenleri üzerinde durulmuştur.

Günlük Kullanım: Katılımcıların %45'i günde 1 paket elektronik sigara kullanmaktadır.

Elektronik Sigara Kullanımı: Katılımcıların %85'i Philip Morris International'ın ürettiği elektronik sigarayı kullanmaktadır.

Sağlık Üzerindeki Etkiler: Elektronik sigaraların sağlık üzerindeki olumsuz etkileri katılımcılar tarafından bilinmektedir, ancak daha az zararlı olduğu düşünüldüğü için tercih edilmektedir. Bu durum, kullanıcıların bilgi düzeylerini ve tercih sebeplerini anlamamıza yardımcı olur.

Elektronik Sigaraların Zararları: Katılımcılar elektronik sigaranın sağlığa zararlı etkilerinin farkındadır.

Kullanım Sebepleri: Elektronik sigarayı tercih etmelerinin başlıca sebebi daha az zararlı olduğunu düşünmeleri.

Kişisel İmaj ve Elektronik Sigara Kullanımı:

Elektronik sigara kullanımının kişisel imaj üzerindeki etkileri farklılık göstermektedir. Bazı katılımcılar bu ürünlerin kendilerini daha elit ve karizmatik gösterdiğine inanırken, bazıları ise bu konuda bir bağlantı olmadığını düşünmektedir.

Kişisel İmaj Üzerindeki Etkiler: Katılımcıların %50'si elektronik sigara kullanımının kişisel imajını olumlu yönde etkilediğine inanmaktadır.

Gösteriş ve Estetik: Elektronik sigara kullanımının estetik ve temiz görüldüğü düşünülmektedir.

Sigara Bırakma Düşüncesi: Katılımcıların çoğunluğu sigarayı bırakmayı düşünmemekte, ancak bir kısmı Sigarayı Bıraktırma Merkezlerine başvurmayı planlamaktadır. Bu bulgular, sigara bırakma motivasyonları ve destek arayışları hakkında bilgi sağlar.

Sigara Bırakma: Katılımcıların %55'i sigarayı bırakmayı düşünmemektedir.

Sigarayı Bıraktırma Merkezleri: Katılımcıların %15'i Sigarayı Bıraktırma Merkezine başvurmayı düşünmektedir.

Tartışma

Araştırmada, katılımcıların yarısı elektronik sigara kullanımının kişisel imajını olumlu yönde etkilediğine inanmaktadır. Ayrıca yarıyından fazlası, sigarayı bırakmayı düşünmemektedir. Bu durumda, dumansız/ısıtılmış tütün, özellikle elektronik sigara kullanan bireylerin, gösteri toplumuyla arasında gerçek bir bağ vardır. Yapılan çalışmaya benzer literatür taramasında, benzer makaleye rastlanmamıştır. Bu açıdan bu makale, elektronik sigara kullanıcıları ile bireylerin davranışları arasındaki ilişki literatüre katkıda bulunmaktadır. Bu araştırmanın bulguları, elektronik sigara kullanıcılarının davranışları ve bu davranışların arkasındaki sebepler hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Literatürde benzer çalışmaların yaygın olmaması, bu araştırmanın özgünlüğünü ve katkı değerini artırmaktadır. Araştırmada farklı yaş gruplarının ve cinsiyetlerin dengeli temsil edilmesi, bulguların genel nüfusa uygulanabilirliğini artırmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun orta düzey gelir seviyesine sahip olması, elektronik sigara kullanımının gelir seviyesi ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle Philip Morris International'ın ürettiği elektronik sigara gibi daha pahalı ürünlerin tercih edilmesi, bu ürünlerin belirli bir yaşam tarzını ifade ettiğini göstermektedir.

Tütün ürünlerinin uzun süreli kullanımı ve sağlık sorunlarının varlığı, sigara kullanımının bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini ortaya koymaktadır. Stres gidermek için sigara içilmesi, sigara kullanımının psikolojik yönlerini vurgulamaktadır. Bu bulgu, diğer araştırmalarla da uyumludur ve sigara bırakma programlarının psikolojik destek içermesi gerektiğini göstermektedir (Marques et al., 2021).

Elektronik sigaraların daha az zararlı olduğu algısı, bu ürünlerin tercih edilmesinin başlıca nedenlerinden biridir. Ancak, elektronik sigaraların uzun vadeli etkilerinin yeterince araştırılmamış olması, daha fazla bilimsel çalışmaya ihtiyaç olduğunu göstermektedir (Köseoğlu vd., 2013). Ayrıca, e-sigara ve COVID-19 ilişkisi üzerine yapılan araştırmalar, e-sigaraların sağlık üzerindeki potansiyel risklerini değerlendirmektedir.

Elektronik sigara kullanımının kişisel imaj üzerindeki etkileri, tüketici davranışları ve gösteriş toplumu kavramlarıyla ilişkilendirilebilir. Katılımcıların yarısı, elektronik sigara kullanımının kişisel imajlarını olumlu yönde etkilediğine inanırken, bu durum bazı katılımcılar için geçerli değildir. Bu bulgu, Baudrillard'ın kültürel zayıflık ve gösteriş tüketimi teorisi ile uyumludur (Baudrillard, 1997).

Araştırma bulguları, elektronik sigara kullanımının demografik, sosyoekonomik ve psikolojik faktörlerle nasıl ilişkili olduğunu göstermektedir. Elektronik sigaraların sağlık üzerindeki etkileri ve kişisel imaj üzerindeki rolü, bu ürünlerin kullanım sebeplerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Daha fazla toksikolojik araştırma ve düzenleyici önlemler alınarak, elektronik sigara kullanımının potansiyel riskleri minimize edilebilir. Ayrıca, sigara bırakma programlarının psikolojik destek içermesi ve daha yaygın hale getirilmesi, sigara bırakma motivasyonlarını artırabilir. 2021 yılında yapılan bir araştırmada, e-sigara tüketiminin potansiyel uzun vadeli etkilerinin çok az araştırıldığı belirtilerek, e-sigara ve COVID-19 (koronavirüs)'ün insan sağlığı üzerindeki sonuçları değerlendirildi. Buna göre e-sigara daha az yan etkisi ile geleneksel tütün sigaralarına iyi bir alternatif olabilir; ancak daha sıkı bir satış kontrolü, aroma kısıtlaması da dahil olmak üzere e-sigara endüstrisinin uygun şekilde yasalarla düzenlenmesi ve kronik etkileri de dahil olmak üzere daha fazla toksikolojik araştırma yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Marques, Piqueras, Sanz, 2021).

Amerika Birleşik Devletleri Kuzey Carolina'da yapılan bir araştırma, 2009 yılında 4444 öğrenci ile internet üzerinden görüşülmüş ve öğrencilerin %4,9'u e-sigara kullandığını, %1,5'i ise geçen ay kullandığını bildirdiği belirtilmiştir. Çalışmada e-sigara kullanımı, geleneksel sigara içenler arasında daha yaygın olsa da, e-sigara kullanıcılarının %12'si hiç geleneksel sigara içmediğini belirtmiştir. Ayrıca e-sigara kullanımı, sigara bırakma niyetiyle ilişkili olmadığı tespit edilmiştir (Erin, Sutfin, Thomas, McCoy, Holly, Morrell, Bettina, Hoepner, Mark Wolfson, 2013).

Güneydoğu Asya'daki ergen gençler arasında e-sigara kullanımının yaygınlığı ve ilişkili faktörler hakkında, 2012 ile 2021 yılları arasında yayınlanan İngilizce makaleler literatür taraması yapılmış, toplam 10 makale incelenmiş ve sonuç olarak mevcut e-sigara kullanım yaygınlığı %3,3 ile %11,8 arasında değişmekte olduğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırmada yasaların, politikaların, programların ve müdahalelerin güçlendirilmesi gerektiği sonucuna varılmış ve e-sigara kullanma riski taşıyan ergenlerin ihtiyaçlarına göre uyarlanması gerektiği tespit edilmiştir (Jane Ling, Abdul Halim, Ahmad, Ahmad, Safian, Mohammed Nawi, 2023).

Avustralyalı ergenlerde ve yetişkinlerde e-sigara algılarını araştıran 2023 yılında yayınlanan bir makalede, nikotinsiz e-sıvılar, nikotinli e-sıvılara göre daha az zararlı olarak algılandığı, ergenlerin elektronik sigaranın zihinsel sağlık açısından fayda sağladığına inanma olasılıkları yetişkinlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda önemli bir bulgu olarak, özellikle gençler arasında e-sigara kullanımının faydalarına ilişkin yanlış algıların başka bir çalışmada ele alınması gerekmekte olduğu sonucuna varılmıştır (Karlijn, Thoonen, Jongenelis, 2023).

Çinli filozof Kongzi (Konfüçyüs) gösteriş insanın kültürel zayıflığını yansıtmaya halidir demiştir. Debord ise bu sözü şununla destekler “tümüyle meta haline gelen kültür, gösteri toplumunun da en ünlü metası olmak zorundadır (Konfüçyüs, 1996)”. “Kültürleşmenin yoğun olduğu gruplarda gösterişçi tüketim eğilimlerinin azalmasını beklemek gayet normaldir, çünkü toplumda statü arama çabaları ve prestije düşkünlük her sosyal sınıfın kültürel birikimi ile yakından ilgilidir. Öyleyse kültür ve gösterişe yönelik tüketim arasında ters bir ilişki olmalıdır” (Açıkalın & Erdoğan, 2004).

Sonuç

Gösteri Toplumunda tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzları önemli bir rol oynar. Araştırmada, katılımcıların tütün ürünlerini kullanma sebepleri arasında stres giderme, özentî, alışkanlık gibi gösteri toplumu kavramlarına paralel motifler bulunmaktadır. Elektronik sigara kullanımının yaygınlığı ve kişisel imajla olan ilişkisi, Gösteri Toplumu’nun estetik ve imaj odaklı yapısıyla uyumludur. Katılımcıların elektronik sigara kullanma nedenlerinin, imajlarını olumlu yönde etkileme arzuları ve elit bir görüntüye sahip olma istekleri, Gösteri Toplumu teorisi ile açıklanabilir. Sağlık bilincinin yüksek olması, Gösteri Toplumu’nda sağlık ve güzellik algısının önemini vurgular. Elektronik sigara kullanımında sağlık risklerinin bilincinde olan katılımcılar, tüketim kararlarını sağlık faktörleriyle şekillendirerek Gösteri Toplumu’nun sağlık odaklı yönüne işaret eder. Katılımcılar tercih ettiği tütün ürünlerini özellikle elektronik sigarada, genellikle görsel unsurlarla ilişkilendirildiği tespit edilmiştir. Gösteri toplumundaki görsel imajın tütün tercihlerini etkilediği yönünde bağlam sunduğu söylenebilir. Elektronik tütün ürünleri, geleneksel sigaradan farklı bir deneyim sunar.

Bu, katılımcıların gerçek tütün deneyiminden ziyade bir simülasyon aracılığıyla tütün kullanma eğiliminde olabileceğini düşündürülebilir. Elektronik sigara kullanımının popülerliği ve pazarlama stratejileri, medyanın tütün tercihlerini şekillendirmede etkili olduğunu gösterir. Medya aracılığıyla sunulan imajlar, bireylerin tercihlerini etkileyebilir ve bu unsur da gösteri toplumunun bir parçasıdır.

Beyannameler

Etik onayı ve katılım onayı

Yakın Doğu Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu’na başvurularak, 15.07.2024 tarihinde Etik Kurul izni alınmıştır. (YDÜ/SS/2024/C006)

Yayın izni

Mevcuttur.

Veri ve materyallerin mevcudiyeti

Uygulanmaz

Çıkar çatışması

Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Finansman

Uygulanmaz

Yazar katkıları

FK araştırmanın tasarım, süpervizyon sürecini yürütmüştür. BS veri toplama, takibi, analizi, taslak olarak makaleyi oluşturma, makalenin kritik revizyonu, teknik ve materyal destek kısmında görev almıştır. Tüm yazarlar makalenin son halini okumuş ve onaylamıştır.

Kaynaklar

- Açıkalın, S. & Erdoğan, L. (2004). VEBLEN’Cİ GÖSTERİŞ AMAÇLI TÜKETİM. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 4 (7) , s. 9-17. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/susead/issue/28435/302893>
- Baudrillard, J. (1997). Tüketim Toplumu Söylenceleri / Yapıları. Ayrıntı Yayınları, Çemberlitaş, İstanbul, Üçüncü Basım, 2008, s 15-250
- Baudrillard, J. (1997). Tüketim toplumu. Ç. F. Keskin ve H. Deliceçaylı, Ayrıntı Yayınları.
- Bilir, N., Özcebe, H. Elektronik Sigaralar ve Isıtılmış Tütün Ürünleri. Sağlık ve Sosyal Yardım Vakfı, Çankaya, Ankara, 17-2022/1, ISBN: 978-605-85528-9-0, s, 12 <https://ssyv.org.tr/wp-content/uploads/2022/05/Elektronik-Sigara-ve-Isitilmis-Tutun-Urunleri.pdf>
- Caponnetto, P., C. Russo, C.M. Bruno, A. Alamo, M.D. Amaradio, and R. Polosa. 2015. “Electronic Cigarette: A Possible Substitute for Cigarette Dependence”. Monaldi Archives for Chest Disease 79 (1), s. 12-19. [https://doi.org/10.4081/monaldi.2013.104.\(https://monaldi-archives.org/index.php/macd/article/view/104\)](https://doi.org/10.4081/monaldi.2013.104.(https://monaldi-archives.org/index.php/macd/article/view/104))
- Çınar, R. & Çubukcu, İ. (2009). Tüketim Toplumu’nun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları -Karşılaştırmalı Bir Uygulama-. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (1), 277-300. Retrieved from

- <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunisobil/issue/2823/38116>
- Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu ve Yorumlar. Ayrıntı Yayınları, Çemberlitaş, İstanbul, Birinci Basım, Şubat 1996, s.13-116, ISBN 975-539-016-3
- Erin L. Sutfin, Thomas P. McCoy, Holly E.R. Morrell, Bettina B. Hoepfner, Mark Wolfson, Electronic cigarette use by college students, Drug and Alcohol Dependence, Volume 131, Issue 3, 2013, Pages 214-221, ISSN 0376-8716, <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2013.05.001>. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0376871613001762>)
- E. Hobsbawm (1991). Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991 Aşırılıklar Çağı. Sarmal Yayınevi, Çağaloğlu İstanbul, Birinci Baskı, Ekim 1996,s. 336-586
- Erkilet, A. (2012). Mahremiyetin dönüşümü: Değer, taklit ve gösteriş tüketimi bağlamında “İslami” moda dergileri. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 27-40.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(38), 62-82.
- Gürbilek, N. (1992). Vitrinde Yaşamak, 1980’lerin Kültürel İklimi. Metis Yayınları, İstanbul Beyoğlu, 3. Baskı, Kasım 2001, s. 37, ISBN 975-342-343-8

Hobsbawm, E. (1991). Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991 Aşırıliklar Çağı. Sarmal Yayınevi, Çağaloğlu İstanbul, Birinci Baskı, Ekim 1996,s. 336-586

Jane Ling MY, Abdul Halim AFN, Ahmad D, Ahmad N, Safian N, Mohammed Nawı A. Prevalence and Associated Factors of E-Cigarette Use among Adolescents in Southeast Asia: A Systematic Review. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2023; 20(5):3883. <https://doi.org/10.3390/ijerph20053883>

Karlijn A.H.J. Thoonen, Michelle I. Jongenelis, Perceptions of e-cigarettes among Australian adolescents, young adults, and adults, Addictive Behaviors, Volume 144, 2023, 107741, ISSN 0306-4603, <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107741>.

Kılıç, S. (2013), Örnekleme Yöntemleri, Journal of Mood Disorders, Volume: 3, Number: 1, 2013 - www.jmood.org

Köseoğlu, E. ve diğerleri (2014). Elektronik sigara kullanımına objektif bakış. Çukurova Medical Journal, 39(3), 572-80, <https://doi.org/10.17826/cutf.86547>

Marques, P., Piqueras, L., & Sanz, M. J. (2021). An updated overview of e-cigarette impact on human health. Respiratory research, 22(1), 151. <https://doi.org/10.1186/s12931-021-01737-5>

Seidenberg A, Freeman B. IQOS is not an acronym: a call to researchers and journals. Tob Control. 2021 May;30(3):356-358. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2019-055571. Epub 2020 Apr 16. PMID: 32300026; PMCID: PMC7572488.

Sabuncuoğlu İnanç A., Özdemir N. Gençlerin Gösteriş Tüketimi Eğilimleri Üzerine Bir Alan Araştırması: Konya Örneği. Eylül 2018, Sayı:2, Cilt:1, ISSN 2636-753X, Orcid No: 0000-0003-4999-9663

Tokagöz, A. (2011). Tüketim Toplumu Jean Baudrillard, T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, s. 4-5.

Ürkek, R. (2019). Jean Baudrillard ve Tüketim Toplumu, Yüksek Lisans Tezi Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, s.3-69.

Weblen, T. (2005). Aylak Sınıfın Teorisi. Babil Yayınları, Kadıköy, İstanbul, Birinci Basım, 2005, s.68-73. ISBN 975 8480-85-5

Yıldırım, S. (2021). Sosyal Medyada Gösteriş Olgusu ve Kutsalın Tüketimi. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (28), 125-143.

<https://www.worldatlas.com/articles/first-shopping-malls-in-the-united-states.html> (Erişim tarihi 28.10.2023)

<https://haber.kibris.com/dunyanin-24uncu-kuzey-kibrisin-ilk-iqos-storeu-lefkosada-2018-12-04.html> (Erişim tarihi 28.10.2023)

<https://www.unsmokeyourworld.com/en/> (Erişim tarihi 21.10.2023)

<https://sozluk.gov.tr/?q=&aranan=> (Erişim tarihi: 04.11.2023)