

## Genişletilmiş Özet

### Annelerin Madde Bağımlılığına İlişkin Alguları: Kamusal İletişim Kampanyası Bileşenleri için Bir Araştırma

#### Giriş

Bu çalışma, Madde Bağımlılığıyla Mücadele Kamusal İletişim Kampanyası'nın (MABAM-KİK) tasarım unsurlarının saptanması amacıyla yapılan karma desenli bir araştırmanın verilerine dayanmaktadır. Birinci aşamadaki odak grup çalışmasıyla elde edilen nitel veriler annelerin genel olarak madde bağımlılığına ilişkin tehlikelerin farkında olduklarını, ancak tehlikeleri kendi çocuklarıyla ilişkilendirmediklerini göstermektedir. İkinci aşama olarak, odak grup çalışması sonuçlarından hareketle bir soru kağıdı hazırlanmış ve kentli nüfustan 403 anneye uygulanmıştır. Saha çalışması verileri nitel verilerden elde edilen bulguları genel olarak teyit etmektedir. Ailede çocuklarla en yakından anneler ilgilenmekte ve onlarla yoğun ilişki kurmaktadır. Sosyo-ekonomik düzeyi yüksek ailelerde annelerin madde bağımlılığı konusundaki bilgi düzeyi algıları daha yüksektir. Yapılan kümeleme analizi sonucuna göre, az eğitilmiş ve düşük gelirli annelerin okul, mahalle ve kente yönelik tehlike algıları daha düşükken daha eğitilmiş ve yüksek gelirli anneler için bu algılar daha yüksektir. Kampanyanın görsel-işitsel materyallerinin tasarımı, bu bulgular dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

Kamusal iletişim kampanyaları çeşitli kamu sorunlarına yönelik olarak gerçekleştirilen bütünleşik iletişim kampanyalarıdır. İzmir'de Yaşar Üniversitesi ve İzmir Ticaret Borsası tarafından bir sosyal sorumluluk etkinliği olarak 2016 yılında başlatılan ve İzmir Emniyet Müdürlüğü tarafından desteklenen Madde Bağımlılığı ile Mücadele Kamusal İletişim Kampanyası (MABAM-KİK) bilimsel bulgulara dayanan bir kamusal iletişim kampanyası çalışmasıdır. MABAM-KİK çerçevesinde üretilen afiş, TV spotu, radyo spotu gibi görsel-işitsel malzemelerin tasarımı, karma desenli iki aşamalı araştırma (odak grup ve saha araştırması) bulgularına dayanarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma Sorusu 1: Annelerin madde bağımlılığı hakkındaki algıları nelerdir ve bunları nasıl ifade etmektedirler?

Araştırma Sorusu 2: Annelerin madde bağımlılığıyla ilgili konulara ilişkin algılarının düzeyi nedir?

H1: Yaşlı, eğitilmiş ve gelir düzeyi yüksek annelerin (Grup 1) okul çevresi, mahalle ve İzmir kentine yönelik madde bağımlılığı tehlikesi algıları genç, eğitimsiz ve gelir düzeyi düşük annelere (Grup 2) göre daha yüksektir.

#### Yöntem

Çalışma karma desenli (mixed design) olarak tasarlanan iki araştırmayı içermektedir. Birinci aşamada nitel veriler elde etmek üzere bir odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise, İzmir kentsel nüfusundan 403 anneye bir anket uygulaması yapılarak sahadan nicel veriler elde edilmesi amaçlanmıştır.

#### Bulgular

Odak grup çalışması bulgularına göre anneler madde bağımlılığı konusunda en çok anne-çocuk ilişkisi üzerinde durmuşlardır ve bu ilişkinin baba-çocuk ilişkisinden daha önemli olduğuna dikkat çekmişlerdir.

Anneler, madde bağımlılığı üzerinde konuşurlarken diğer bağımlılık türleri konularına da atıfta bulunmuşlardır. Anneler, özellikle sigara bağımlılığı konusunda hassasiyet gösterdiklerini ve çocuklarını bu açıdan sıkı takibe aldıklarını ifade etmektedirler. Ancak, annelerin madde bağımlılığı ile diğer bağımlılıklar arasındaki ilişki hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmaktadır. Anneler kendi çocuklarının madde bağımlısı olmadığını, böyle bir olasılığın bulunmadığını ifade etmişlerdir, dolayısıyla anneler tehlikeyi kendi çocuklarıyla doğrudan ilişkilendirmemektedirler.

Saha çalışması bulguları, odak grup çalışması bulgularında ifade edilen algıların İzmir kent nüfusundaki annelerde hangi düzeylerde olduğunu ortaya koymuştur.

Saha çalışmasına göre anneler, çocuklarla daha çok kendilerinin ilgilendiğini, babaların daha çok ev dışı konularla ilgilendiği düşünmektedirler. Anneler ayrıca, oldukça yüksek düzeyde çocukların kendilerine güvendiğini ve onların sırdaşı olduklarını ifade etmektedirler.

Annelerin bilgi düzeyi algısı eğitim ve gelir düzeyi arttıkça yükselmektedir. Annelerin madde bağımlılığı konusunda çocuklarını izleme düzeyi oldukça yüksek bulunmuştur. Bu bulgu odak grup çalışması verileriyle de uyumludur. Bu katılım düzeyi annelerin yaşı, gelir ve eğitim düzeyine göre değişmemektedir. Diğer bulguların yanı sıra bu iki bulgu, madde bağımlılığı konusunda yapılacak bir kamusal iletişim kampanyasının anneleri asıl hedef kitle olarak alması gereğini ortaya koymaktadır. Türk aile yapısında anneler çocuklarla iletişim ve onları yönlendirme konularında birincil derecede önemlidirler.

H1 hipotezini test etmek için, anneler yaşı, eğitim ve gelir düzeyleri açısından iki grupta kümelendirilmiştir. Kümeleme analizi k-means tekniği ile yapılmıştır. Sonuçlar H1 hipotezinin desteklendiğini göstermektedir:

## Tartışma

Katılımcıların odak grubunda kullandığı ifadeler, ailede çocukla ilgili iletişimin büyük ölçüde anne üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Modernleşme sürecindeki önemli değişimlere karşın ülkemizde aile kurumu hala birey için önemli bir anlam taşımaktadır. Çocukların anneleriyle yaşadıkları iletişim sorunları nedeniyle riskli davranışlarda bulunmaya daha çok eğilimli oldukları görülmektedir. Kadınların aile içindeki konumları onların çocuklarıyla daha sık iletişimde bulunmalarına neden olmaktadır. Kadınların 'iyi anne olma' rolünü benimsemeleri genel olarak günümüzde de sürmekte ve kariyer sahibi anneler de çocuklarıyla daha fazla zaman geçirmeyi arzulamaktadır. Bu bulgular, kampanyamızın annelerin çocuklarıyla iletişimini destekleyen bir içeriğe sahip olması gereğine işaret etmektedir.

Odak grubundaki ifadelere göre, annelerin madde bağımlılığı karşısında sigara bağımlılığını yeterince önemsemediği yorumlanabilir.

Her ne kadar katılımcılar madde bağımlılığının yaygın olduğunu ifade etse de çocuklarını madde bağımlılığı riski ile bağdaştıramamaktadır. Annelerin bu kaygılarının gerçeklerden uzak olmadığını söyleyebiliriz. Türkiye'de yapılan araştırmalarda madde kullanımının giderek yaygınlaştığı ve bu durumun her sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerde gözlemlendiği bulgulanmıştır. Annelerin tehlikenin farkında olmalarına karşın bunu kendi çocuklarıyla ilişkilendirmemeleri durumunun da bir ölçüde gerçeklere dayandığını söyleyebiliriz. Yapılan araştırmalar madde bağımlısı gençlerin aileleriyle ciddi boyutlarda sorunlu ilişki yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Madde bağımlısı gençlerin aileleri ile yaşadıkları sorunların, madde kullanım alışkanlığını tetiklediği ya da arttırdığı bulgulanmıştır. Kendi çocuklarıyla ilişkilerinin çok sorunlu olmadığını düşünen anneler tehlikeyi bu nedenle kendi çocuklarıyla ilişkilendirmemektedirler.

Saha çalışmasında ortaya çıkan anne ve çocuk arasındaki yoğun ve güçlü ilişki bulgumuz, diğer Ortadoğu toplumlarında olduğu gibi, Türk ailelerinde nesiller arası yakınlık düzeyinin oldukça yüksek olduğu bulgusuyla uyumludur. Öte yandan, çocukların annelerine güveni, sırdaş olma düzeyi, sıkıntıları annelerine anlatabilme düzeyi, annelerin çocukların arkadaşlarını ve ailelerini tanıma düzeyi noktalarındaki anne algıları annelerin yaşı, gelir ve eğitim düzeyi bakımından farklılık göstermemektedir. Bu durum, tüm ailelerde annelerin genel olarak çocuklarla yüksek düzeyde iletişim kurdukları şeklinde yorumlanabilir.

Madde bağımlılığı konusunda yapılacak bir kamusal iletişim kampanyasına yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmamız iki aşamadan oluşmuştur. Birinci aşamada, İzmir kent nüfusundan annelerin (N=7) madde bağımlılığı hakkındaki algılarının neler olduğunu ve bu algılarını nasıl ifade ettiklerini ortaya koymak üzere nitel bir araştırma yöntemi olan bir odak grup çalışması yapılmıştır. Odak grup çalışmamız ile annelerin madde bağımlılığı hakkındaki algılarının neler olduğu ve bu algıları nasıl ifade ettikleri ortaya koymak amaçlanmıştır. Nicel bir araştırma tasarımına yönelik ikinci aşamada ise İzmir kentsel nüfus genelinden annelere (N=403) yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Annelerin bağımlılıkla ilgili algılarının düzeyini ve çeşitli sosyo-demografik değişkenlere göre değişimini ölçmeyi amaçlayan anket çalışması için kullanılan soru kağıdı odak grup verilerine dayanılarak hazırlanmıştır. Ayrıca, annelerin k-means tekniği ile iki grupta kümelendirilmesi sonucunda yaşlı, eğitilmiş ve gelir düzeyi yüksek annelerin okul çevresi, mahalle ve İzmir kentine yönelik tehlike algılarının yüksek olacağı hipotezi test edilmiştir.

Araştırmamızın verileri madde bağımlılığıyla mücadele için ailelerde annelerin büyük bir rolü olduğunu ve çocuklarla ilişkilerinin yaşamsal önemde bulunduğunu açıkça göstermektedir. Bu bulgulardan hareketle, MABAM-KİK'in ana hedef kitlesi anneler olarak belirlenmiştir. MABAM-KİK'in temel amacı olarak ise madde bağımlılığı konusunda toplumsal farkındalığın artırılması benimsenmiştir. Araştırma sonuçları ayrıca, annelerin konu hakkında bilgi ihtiyacında olduklarını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, kampanya tasarımı için Rice and Atkin'in bilgiye dayalı (informative) kampanya tarzı benimsenmiştir.

Araştırmamızın sadece İzmir kent nüfusunu kapsamaktadır. Araştırmamız bir durum tespiti çalışmasıdır ve boylamsal (longitudinal) bir tasarıma dayanmadığı için tarihsel bir perspektifte değerlendirme olanağı sunmamaktadır. Toplumsal bir sorun olarak madde bağımlılığı konusunun dönemsel bazı değişimler içermesi beklenir. Bu bakımdan boylamsal bir araştırma tasarımı bu tür dönemsel değişimleri de ortaya koyabilecektir. Araştırma bulgularına dayanarak hazırlanan görsel-işitsel içeriklerin izleyici üzerindeki etkisinin ölçülmemesi de bir eksiklik olarak nitelenebilir.