

# Sağlıkta reklamın yeri

## Bahattin Duman



1962 yılında Bolu, Göynük'te doğdu. 1986 yılında İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden mezun oldu. Serbest avukatlık (1988), Türkiye Vagon San. AŞ avukatlığı (1988-1993), Sakarya Üniversitesi'nde avukatlık ve Hukuk Müşavirliği (1993-2005), TRT'de 1. Hukuk Müşaviri (2005-2009), Yükseköğretim Kurulu 1. Hukuk Müşavirliği (2010) görevlerinde bulundu. 1996-2005 yılları arasında Sakarya Üniversitesi'nde Çevre Hukuku dersleri verdi. Halen TRT'de Müşavir olarak görev yapmaktadır. Çeşitli hukuk kitapları vardır. Evlidir ve iki çocuk sahibidir.

**T**ebrikler! Gold hediye paketi kazandınız. Ücretsiz chek-up ve bilgilerinizi güncellemek için lütfen 0212... yi arayınız... Gün geçmiyor ki, cep telefonu

olan hemen herkese buna benzer bir mesaj gelmesin. Reklam Kurulu kararlarından anlıyoruz ki; isimlerinde "sağlık" ibaresi bulunan bir takım şirketler (!), verilen numarayı arayan insanları, kendisiyle anlaşmalı çeşitli sağlık kuruluşlarına yönlendirerek bunlar lehine talep oluşturmaya yönelik tanıtım ve reklam yapılmasına aracı olmakta. Böylece hem dolaylı yoldan sağlık kuruluşlarının faaliyetlerine ticari mahiyet kazandırılmakta hem de insanlar aldatılmaktadır.

Tabii örnek bundan ibaret değil. Çok sayıda internet sitesinde sağlıkla ilgili doğrudan veya dolaylı şekilde ya da tanıtım veya sağlık bilgilendirmesi adı altında reklam yapılıyor. Özellikle yerel televizyon kanalları ve gazetelerde bu duruma sıkça rastlıyoruz. Satıcıların, ellerinde krem kutuları, şişeler vb. olmadık yerde karşınıza çıkmasını, saymıyorum bile... Kısacası sağlığın reklam ve pazarlaması için, akla hayale gelmeyecek yöntemlerle karşılaşılıyor.

Hâlbuki sağlık ve adalette temel amacın ticaret olamayacağı tüm dünyada kabul görmüş, bu nedenle özellikle bu iki alandaki meslek mensupları ile kuruluşların reklam yapmaları yasaklanmıştır. Reklam, ilan ve tanıtım yasağının sağlık alanını düzenleyen tüm kanunlarda (1), 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunda (2), 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda (3) ve bu kanunlara dayalı olarak çıkarılmış çeşitli tüzük ve yönetmeliklerde (4) buna ilişkin kurallar açık şekilde belirtilmiş, aksine davranışa uygulanacak müeyyidelere

ayrıca yer verilmiştir. Mevzuata yakında baktığımızda görüyoruz ki, getirilen kurallar meslek mensuplarını, mesleki faaliyetleri, ürünleri ve toplum veya kişi sağlığını düzenleyen kurallar şeklinde karşımıza çıkıyor.

### Meslek mensuplarına ilişkin sınırlamalara bir iki misal verelim.

- Öncelikle Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 ve 40. maddeleri gereğince sanatını icra eden tabip ve diş tabipleri ile dişçilerin hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini ve uzmanlık durumlarını bildiren ilanlar hariç diğer hususlarda ilan, reklam ve saire yapmaları açıkça yasaklanmıştır.

- Yine Optisyenlik Hakkında Kanunda göz hastalıkları uzmanı tabiplerin optisyenlik yapabileceği ancak optisyenlik ve tabipliği eş zamanlı yapamayacakları belirtilmiştir.

- Türk Eczacılar Deontoloji Tüzüğü 9. maddesinde ise eczacının yazı veya sözle veya her ne şekilde ve suretle olursa olsun kendi reklamını yapamayacağı; iş kâğıtlarına ve faturalara reklam mahiyetinde ibareler koyamayacağı, eczacının müessesine koyduğu tabelâya ancak kendisinin adı ve soyadı ile eczane kelimesinden ve reklâm mahiyetinde olmamak şartıyla buna eklenecek kelime veya ibareden kurulu eczanenin adı yazılabileceği vurgulanmıştır.

### Mesleki faaliyete ilişkin hususlara;

- Organ ve Doku Alınması, Saklanması ve Nakli Hakkında Kanunun 4. maddesindeki "bilimsel, istatistikî ve haber niteliğindeki bilgi dağıtım halleri ayrık olmak üzere, organ ve doku alınması ve verilmesine ilişkin her türlü reklamın yasak olması,"

- Optisyenlik Hakkında Kanunun 5. maddesindeki "optisyenlik müessesesinde her türlü kontakt lens uygulanması yasak olması,"

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 39. maddesindeki, "tabip ve diş tabibinin, meslektaşlarının hastalarını elde etmeye matuf hareket ve teşebbüslerde bulunamayacağı,"

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 32. maddesindeki "sağlık kuruluşları ve çalışanlarının her ne surette olursa olsun; kuruluşları, kuruluşlarının sundukları hizmet, uyguladıkları tanı ve tedavi yöntemleri ya da kullandıkları her türlü cihaz ve benzeri araçlar ile ilgili kitle iletişim araçları, elektronik ortam, görsel-işitsel araçlar, yazılı materyaller veya benzeri nitelikteki araçlar ile doğrudan ve dolaylı olarak tüketici konumundaki kitleye yönelik reklam ve tanıtım yapamayacakları,"

- Kordon Kanı Bankacılığı Yönetmeliğinin 24. maddesindeki, "kordon kanı bankacılığı hakkında herhangi bir yolla reklam yapmanın yasaklanması,"

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60. maddesindeki "özel hastanelerin; tıbbî deontoloji ve meslekî etik kurallarına aykırı şekilde, insanları yanıltan, yanlış yönlendiren ve talep yaratmaya yönelik, ruhsatında yazılı kabul ve tedavi ettiği uzmanlık dallarından başka hastaları kabul ve tedavi ettiği intibainı uyandıran, diğer hastaneler aleyhine haksız rekabet yaratan davranışlarda bulunamayacakları ve bu mahiyette tanıtım yapamayacakları,"

- TTB Hekimlik Meslek Etiği Kurallarının 11. maddesindeki, "hekimin, ticari reklamlara araç olamayacağı, çalışmalarına ticari bir görünüm veremeyeceği; insanları yanıltıcı, paniğe düşürücü, yanlış

yönlendirici, meslektaşlar arasında hak-sız rekabete yol açıcı davranışlarda bulunamayacağı," hükümleri misal verilebilir.

### Ürünlere yönelik düzenlemeler arasında;

- 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanununun "alkol ve tütün ürünleri için hiç-bir şekilde ticarî iletişime izin verilemez. Reçeteye tabi ilaçlar ve tedaviler hakkında ticarî iletişim yapılamaz. Reçeteye tabi olmayan ilaçlar ve tedavilerin reklamları dürüstlük ilkesi çerçevesinde, gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak şekilde hazırlanır. İlaçlar ve tıbbi tedaviler için tele-alışverişe izin verilemez." şeklindeki 11. maddesi,

- 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanununun, "Gerek dahilde imal ve gerekse hariçten ithal olunan bütün suni maden suları ile gazlı sular üzerinde, suni olduğuna dair alıcının görebileceği tarzda yazılmış bir etiketin bulunması mecburidir. Bu nevi suni maden sularına malik olmadıkları şifalı hassalar atif ve isnat edilmek suretiyle her çeşit reklam icrası memnudur." şeklindeki 207. maddesi,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun "Müstahzarları öğme yolunda ve bunlara malik olmadıkları şifa hassaları atif veya mevcut şifalı tesirleri büyütme suretiyle sabit veya müteharrik sinema filimleri, ışıklı veya ışiksiz ilan, radyo veya herhangi bir vasıta ile reklam yapılması memnudur. Şu kadar ki, tarifname ve gazetelerde "...hastalıklarında kullanılması faydalıdır" şeklindeki ilanlara müsaade olunabilir. Ancak reçetesiz satılmasına müsaade edilmeyen müstahzarların tıbbi mecmualardan başka yerlerde reklamları yapılamaz." şeklindeki 13. maddesi,

- Dünya Sağlık Örgütü Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesinin "...Tütün ürünlerinin kullanımının özendirilmesine yönelik her türlü reklam, tanıtım ve sponsorlukla ilgili ciddi kaygılar duyularak, bunların özellikleri, sağlığa etkileri, tehlikeleri ve emisyonları ile ilgili hatalı, yanlış bilgilendirici ve yanıltıcı veya hatalı bir izlenim bırakabilecek şekilde tanıtıcı reklam, promosyon ve sponsorluğun yasaklanması, tütün ürünlerinin halk tarafından alınmasını özendirecek doğrudan ya da dolaylı teşvik edici unsurların kullanımının sınırlandırılması" şeklindeki hükümler sayılabilir.

### Son olarak toplum ve kişi sağlığını koruma amaçlı hükümlere;

- 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanununun 9. maddesinde yer alan "yayın yoluyla ticarî çıkar sağlama sayılan ticarî

iletişimin "çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemesi, sağlığa zarar verecek davranışa teşvik etmemesi" gerekir. Ayrıca "çocuk programlarında genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimine de yer verilemez." şeklindeki çocukları koruma amaçlı,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 16. maddesinde yer alan "Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam ve ilânlar ve örtülü reklam yapılamaz." şeklindeki,

- Ticari Reklam ve İlânlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 6. maddesinde yer alan "Reklamlarda, ahlaka uygunluk açısından toplumun acıma duygularını istismar edecek şekilde, hasta, bebek, çocuk, yaşlı ve özürlülerle ilgili ifadeler ya da görüntüler kullanılamaz." şeklindeki, aynı yönetmeliğin 17. Maddesindeki "Reklamlar, kamu sağlığını bozucu nitelikte olamaz." şeklindeki hükümler örnek verilebilir.

Ne var ki; uygulamaya baktığımızda sözü edilen kuralların her gün defalarca çiğnendiğine şahit oluyoruz. Başta örneğini verdiğimiz türden fiilen yaşadığımız yanında Tabip, Diş Hekimi ve Eczacı Odalarının, Birlik Yüksek Disiplin Kurullarının, Reklam Kurulunun (5), Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun, Danıştayın (6) birçok kararı bu durumu açıkça ortaya koyuyor. Eldeki verilere göre (7), ihlallerin büyük kısmı bazı özel hastaneler eliyle ve alan olarak gözle ilgili konularda yapılıyor. Bazı özel hastanelerin tanıtım konusuna kayda değer bütçe ayırdığı da gelen bilgiler arasında.

Bunun önüne geçilmesini sağlayacak çözümleri bulmak, bir ölçüde bu alanda görev yapanlara düşüyor. Sağlık konusunda sağlıklı davranabilmemiz için, toplumumuzun eğitim düzeyi en yüksek katmanı olarak kabul edilebilecek sağlık çalışanlarından başlayarak, bu alana giren yatırımcılara, kuralları kararlılıkla uygulayacak yetki ve sorumluluk sahiplerine hatta bilinçlenip, bu bilince uygun refleks göstermesi gereken topluma kadar, herkesin ortak bir duyarlılık içinde olması gereklidir.

Günümüzdeki bazı hastalıklar ve bu hastalıklara yol açan sebepler, sağlık hakkının da dayanışma hakkı olarak ancak herkesin ortak iradesiyle yaşatılabileceğini yeterince göstermiyor mu?

### Kaynaklar

1) - 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun md. 24, 40

- 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun md. 5, 6, 9, 11, 14, 15, 16

- 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu md. 207, 280

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu md.28

- 3224 sayılı Türk Diş Hekimleri Birliği Kanunu md.11, 26

- 6643 sayılı Türk Eczacıları Birliği Kanunu md.20

- 2827 sayılı Nüfus Planlaması Hakkında Kanun md.7

- 2238 sayılı Organ ve Doku Alınması, Saklanması ve Nakli Hakkında Kanun md.4

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu md.13

2) 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun 8, 9, 11, 12, 13

3) 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun md. 16, 25

4) - Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi md. 8, 9, 39

- Türk Eczacılar Deontoloji Tüzüğü md.9

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik md. 32, 33

- Ticari Reklam ve İlânlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik md. 5, 6, 17

- Kordon Kanı Bankacılığı Yönetmeliği md. 24

- Optisyenlik Müesseseleri Hakkında Yönetmelik md. 24, 25

- Ambulanslar ve Acil Sağlık Araçları İle Ambulans Hizmetleri Yönetmeliği md. 33

- Hiperbarik Oksijen Tedavisi Uygulanan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik md.36, 37

- İkyardım Yönetmeliği md. 28, 30

- Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik md.30

- Akupunktur Tedavisi Uygulanan Özel Sağlık Kuruluşları ile Bu Tedavinin Uygulanması Hakkında Yönetmelik md. 27, 28, 29

- Türk Tabipleri Birliği Disiplin Yönetmeliği md. 4

- Üremeye Yardımcı Tedavi Uygulamaları ve Üremeye Yardımcı Tedavi Merkezleri Hakkında Yönetmelik md. 18

- Özel Hastaneler Yönetmeliği md. 60

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik md.29, 30

5) Reklam Kurulunun 2010/858D. Sayılı kararı vb.

6) Dan.10.D. 27.3.2009 tarih ve 2006/3738 E.-2009/2340 K., 27.3.2009 tarih ve 2006/2939 E.-2009/2341 K.,

27.3.2009 tarih ve 2006/5677 E.-2009/2342 K., Dan. 8.D. 25.10.2005 tarih ve 2004/5793 E.-2005/4251 K.,

2006/1592 E.-2006/3449 K., 2006/5389 E.-2007/7175 K. 2005/3197 E.- 2006/4119 K., 2005/4377 E.-2006/2148

K., 2005/5430 E.-2006/5717 K. Sayılı kararları.

7) Reklam Kurulu verilerinden.