

Tütün tuzağında kadın...

Yrd. Doç. Dr. Mustafa Taşdemir



Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi'ni 1990 yılında bitirdi. Şarkışla ve Ayaş'ta üç yıl süreyle pratisyen hekim olarak çalıştı. 1998'de MÜTF'de Halk Sağlığı uzmanlık eğitimini tamamladı. Uzmanlık tezini "kalite" konusunda hazırladı. Uzunca bir süre kalite yönetimi danışmanlığı ve belgelendirme firmalarında çalıştıktan sonra M. Ü. Sağlık Eğitim Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü'nde öğretim üyesi olarak göreve başladı. Ulusal Sağlık Akreditasyon Sistemi Yönlendirme Komitesi ve bu komiteye bağlı Politika ve Metod Çalışma Grubu üyesi olarak, bu konuda yapılan çalışmalara katkı sağlamıştır. Birçok kuruluşa kalite yönetimi, danışmanlık ve eğitim hizmeti vermiştir. Kamusal ve özel çeşitli sağlık kuruluşlarının belgelendirme denetimlerine, denetçi veya uzman olarak katılmıştır.

Kadın ve tütün üzerine şimdiye kadar duyduklarınızın muhtemelen en nafoşunu bu yazıda bulacaksınız. Kadınına "tütün gibisin" diye türküler yakagelmiş insanlara egzotik bir başlık altında tatsız kelâmlar etme münasebetsizliğimizi bağışlayınız.

Birçok Doğu ülkesinde tütün kullanmak "erkek hakkı" olarak görülürdü. Kadınlar diğer bazı haklar gibi bu hakkı (!) da elde etme çabasına giriştiler adeta. Dünya genelinde sigara içme trendi önce erkeklerde, arkasın-

dan kadınlarda artış şeklinde olmuştur ve sigara içen kadınların oranı erkeklerin oranını yakalamıştır. Birçok gelişmiş ülkede oran son 20 - 30 yılda düşüşe geçmiştir, fakat kadınlarda ve gençlerde düşüş daha yavaş olmaktadır. Düşme eğilimi sürmekle birlikte, oranlar hâlâ çok yüksektir. Gelişmekte olan ülkelerde ise bu alanda da "muasır medeniyetler seviyesi"ni yakalama, hatta geçme çabasında olan kadınlar erkeklerle yarışmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde nüfus artışına bağlı olarak da sigara içenlerin sayısı artmaktadır.

Kadınların bu "çok özel" çabaları sonucunda neler olmaktadır?

Çok şeyler oluyor da, biz sadece birkaç sayı vermekle yetineceğiz. 1950'lerde meme kanserine akciğer kanserinden 7 - 8 kat fazla raslanırken, artık aradaki mesafe kapanmıştır. Hatta, bazı ülkelerde akciğer kanseri, ölüme en çok neden olan kanser türü haline gelmiştir. 1980'den bu yana akciğer kanserinden ölüm hızı kadınlarda yüzde 40, erkeklerde ise ancak yüzde 3 artmış durumdadır. Tütünün etkilerinden sadece birinde durum böyle olursa, "Bu gidiş nereye varacak?" diye sormak bile ürkütücü olmaz mı?

Peki, kadınlara ne oldu da, sigara içmeye, hatta bırakın sadece içmeyi



"daha çok" içmeye başladılar? Elcevap: Çoğunu reklamlar çarptı. En önemli etkenin sigara reklamları olduğunu söyleyebiliriz. Anksiyeteye / sıkıntıya maruz kalındığında kadınların sigara içmeye daha yatkın oldukları da biliniyor. Ayrıca, değişen toplumda kadınların (ve gençlerin) geleneksel değerlere karşı çıkmasının bir yolu da sigara içmek oluyor.

Şimdi reklamlar...

Birçok gelişmiş ülkede sigara içen erkeklerin oranının azaldığını ve tüketicilerinden önemli bir kısmının erkenden dünyayı terk ettiğini göz önüne alan üretici firmalar, mevcut pazarları büyütme ve daha da önemlisi, yeni pazarlar oluşturma çabasına giriştiler.

Öldürücü ürünlerini daha fazla satabilmek için yılda yaklaşık 2,5 milyar dolarlık reklam harcaması yapıyorlar ve bunun çoğunu da vergiden düşüyorlar. Kadınların yalnızca yüzde 3'ünün sigara içtiği Hong Kong gibi yerlerde dahi, kadınlara yönelik reklamlara büyük paralar yatırıyorlar.

Başlıca reklam stratejileri;

- Özellikle kadınlara cazip gelecek imajlar sunmak,
- Sadece kadınlar için yeni markalar üretmek,
- Kadın dergilerine reklam vermektir.

Kadınlara yönelik reklamların başladığı 1920'lerden bugüne sigara içmek; zamanın şartlarına uygun düşecek şekilde kültürlü, neşeli, sağlıklı, çekici, romantik, özgür, başkaldırıcı vb. olmakla ilişkilendirildi. Çokça vurgulanan bir diğer nokta, sigaranın şişmanlamayı engellediğidir. 1930'larda ABD'de şeker yerine sigarayı tavsiye eden çirkin reklamlarla başlayan süreç bugün masum (!) bir şekilde devam etmekte; ince uzun "light" sigaralar uzun boylu, narın yapılı modellerle sunulmaktadır.

Parasız olarak verilen ipek çoraplar, kozmetikler, marka logosu taşıyan giyecekler ayrı bir promosyon şeklidir. Medyada geniş yer alan tenis gibi kadın sporlarının ve moda gösterileri gibi kadın etkinliklerinin sponsorluğunu üstlenmek de sıkça başvurulan bir yöntemdir.

1960'larda itibaren "kadınlara özel" markalar üretilmesi dönemi başladı. "Ekstra uzun", "ultra ince" adıyla, tadıyla, kokusuyla, görüntüsüyle dışı özellikleri öne çıkaran sigaraların sayısında hızlı bir artış oldu.

Özellikle televizyonda sigara reklamlarının yasaklandığı birçok ülkede kadınlara ulaşmanın en iyi yolu kadın dergileridir.

Bunların büyük çoğunluğu da sigara reklamlarına yer vermektedir.

Kadın dergileri sigara üreticileriyle neden bu kadar içli-dışlı?

• Her şeyden önce özellikle gelişmiş ülkelerde kadın dergilerinin tirajları çok yüksektir.

• Bazı dergiler ürüne sahte bir "sosyal kabul edilebilirlik" veya moda imajı verebiliyor. Hatta bazı ünlü moda dergilerinde bir ürünün reklamının yer alması adeta "garanti belgesi" gibi görülüyor.

• Sigara reklamının kabul edilmesi sigara ve sağlık konusundaki yazıların daha az yayımlanmasını veya hiç yayımlanmamasını sağlıyor. Sigaranın zararları hakkında sıkça yayın yapan dergilere, üretici firmalarca reklam ambargosu uygulanıyor. Bu ambargo üreticilerin sigara dışındaki her türlü ürünlerinin reklamını da kapsayabiliyor. Ünlü bir yabancı editörün deyişiyle; "Kimse gözünü oyacak kargayı beslemiyor." Çoğu dergiler reklamlarını kabul ettiğine göre, sigara üreticileri bir taşla iki kuş vurmuş oluyor.

• Bütün bunların yanı sıra, sigaranın (ve alkolün) dolaylı reklamı medyada sürekli yapılıyor. Film yıldızları, sanatçılar, yazarlar sigara ile, pipo ile, kadeh ile sık sık boy gösteriyorlar.

Tütünün kadına ve yavrusuna ettikleri

Tütünün kadın sağlığına zararlarından sadece birkaçını sıralayalım:

• Kanser

Eskiden kadınların kalp-damar hastalıklarından ve akciğer kanserinden neredeyse muaf oldukları düşünülürdü. Zira kadınlar sigara ile bugünkü kadar haşır neşir olmamışlardı. Artık erkek gibi sigara içen kadınlar, erkek gibi ölüyorlar. Bazı ülkelerde çeşitli şekillerde hazırlanmış tütünü çiğneyen kadınlarda ağız kanserine 3 - 7 kat fazla raslanıyor. Bunlar dışında gırtlak, yemek borusu, pankreas, böbrek ve mesane kanserleri daha sık görülüyor. Bazı araştırmalar, kadınların karsinogenlere karşı erkeklerden daha korumasız olduğunu ve aynı miktarda sigara içen kadınlarda daha fazla kanser görüldüğünü ortaya koymuştur.

• Azalmış doğurganlık

Sigara içmek doğurganlığı azaltıyor. Sigara içenlerde dış gebelik riski içmeyenlere göre iki kat yüksektir. Rahim ağzı kanseri ile dismenore (ağrılı adet) riski de yüksektir ve sigara içen kadınlar yaklaşık iki yıl erken menopoza girerler.



Kadınlara yönelik reklamların başladığı 1920'lerden bugüne sigara içmek; zamanın şartlarına uygun düşecek şekilde kültürlü, neşeli, sağlıklı, çekici, romantik, özgür, başkaldırıcı vb. olmakla ilişkilendirildi.

• Cenine zararı

Bebeğin düşük tartılı olması ve erken doğması riski artar. Perinatal (doğum öncesinden doğum sonrası uzanan belli bir dönemde olan) ölümlerin bir kısmı da sigaraya bağlıdır.

• Çocuğa zararı

Nikotin, anne sütü ile bebeğe geçer. Sigara içen annelerin çocukları daha sık hastalanır. Ama çocuklara asıl zararı sigara değil, kötü örnek olarak anneler verir.

• Kalp-damar hastalıkları ve osteoporoz

Doğum kontrolü hapı kullanan ve bununla birlikte sigara da içenlerde kalp krizi, inme ve bacak damarlarında pıhtılaşma riski yüksektir. Bu risk özellikle 40 yaşından sonra artar. Sigara içmek osteoporoz riskini de artırabilir ki, bu menopoza girmiş kadınlardaki kırıkların en önemli nedenlerindendir.

• Erken yaşlanma

Cilt kırışıklıkları artar. Cilde yapışan parçacıklar gözenekleri tıkar ve kötü kokuya neden olur. Saçlar kolay kırılır. Dumanın gözleri tahriş eder. Dişlerin rengi değişir, diş eti rahatsızlıkları artar. Nefes kötü kokar. Ses de etkilenebilir.

Nitekim, sigaranın sağlığa zararlı olduğu Bakanlar Kurulu'nun 86/10911 sayılı kararıyla da sabittir .

Not: Bu yazı kaleme alınırken tütün tüketilmemiştir.