

İLACIN REKLAMI OLMAZ

Ecz. Mesut AZIZOĞLU

İLACIN REKLAMI OLUR MU? İşin yasalarla ilgili bölümü, 27 Nisan 1996 tarihinde, ilacın reklamının serbest bırakılmasına dair yönetmeliğin Resmi Gazete’de yayınlanmasıyla başladı. Ve 3.7.1996 tarihinde, Danıştay’ın bu yönetmeliği 1262 sayılı yasayla çeliştiği için iptal etmesiyle sona erdi. Yönetmelik yasaya uygun değildi. Eczacılar açısından üzerinde durulması gereken nokta, bu uygulamanın yasalarla çelişmesinden çok, halk sağlığına karşı oluşturacağı tehlikelerdi. İlaç gibi, insan yaşamıyla doğrudan ilgili bir ürünün yararlarının yanında bilinçsiz kullanım sonucu sebep olabileceği zararlar da göz ardı edilmemeliydi. Bir anda çevremizi kuşatacak yüzlerce yazılı ve görüntülü reklamın, insanları bilinçlendirmekten çok, bilinçsiz ilaç tüketimini arttıracığına dikkat çekilmeliydi. Tanıtımını yaptığı ürünü, sadece ticari bir eşya gibi gören reklam mantığının, ilaçla uyumsuzluğu gösterilmeliydi. Yatağında bitkin bir şekilde yatan soluk yüzlü hastanın, içtiği renkli haplardan sonra bir anda koşmaya başladığı bir reklam. Ya da Temel Reis’in ıspanak yerine efervesan tabletler içtiği bir başka reklam.

Reklamların en büyük takipçileri olan çocukların bu tür reklamları izledikten sonra neler yapabileceklerini tahmin etmek çok zor değil. Eğitim düzeyi belli bir ülkede, bu tür reklamların sebep olacağı dönüşü olmayan olumsuzlukların sorumluluğunu kim üstüne alabilir?

Pazar paylarını genişletme çabası içinde olan çok uluslu ilaç firmaları mı? Yoksa ilacın, reklamı yapılabilecek sıradan bir ürün olmadığını bildikleri halde bunu bilmiyormuş gibi davranan medya ve reklam kuruluşları mı?

İlacın reklamına karşıyız. Sadece yasalarla çeliştiği için değil, halk sağlığına karşı ciddi bir tehlike olduğu için karşıyız.

Eczacılık fakültelerinde ilacın tanımı yapılırken şöyle bir cümle dikkati çeker. “Bütün ilaçlar yanlış kullanıldıklarında zehir etkisi yaparlar.” Yazımıza bir soruyla başlamıştık. Bir başka soruyla bitirelim. **ZEHİRİN REKLAMI OLUR MU?**