



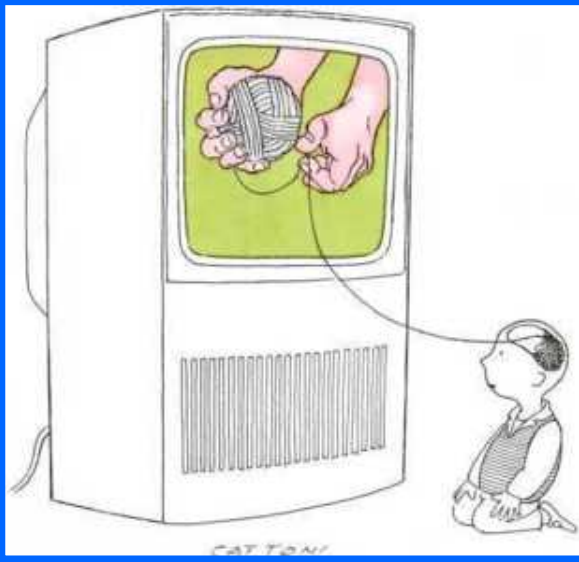
Filmler ve TV Programları Başta Olmak Üzere Medya Programlarında Sigara Kullanımı

Uz. Dr Nureddin Özden

Sunum Planı

Bunca zararını bilmemize rağmen
Neden, nasıl sigara içiyoruz? İçittiriliyoruz,
TV'de sigara reklamları ne şekilde yapılıyor
Duyguları aktarır hislere tercüman olurken!!!
Bir dönem böyle geçti sigara pozlu sanatçılar
mpower ne öneriyor,

Anneme reklamcı olduđumu
söylemeyin,
O beni genelevde piyanist řantör
zannediyor



- "... Türk filmleri ve kliplerinde sigara çok fazla içiliyor. Sigara firmaları, filmleri gizli reklâm politikası olarak kullanıyorlar. Geçtiğimiz yıllarda ünlü bir Türk yapımcısının senaryosu elimize geçti. Bir sigara markası ile filmde kullanmak üzere gizli anlaşma yapmış. Kişileri özendirerek, sigaranın kabul gören bir davranış olması için çalışıyorlar. Sigara bulaşıcı bir hastalıktır ve iletişim araçları sigara içiminin yayılmasını sağlar..." 18.08.2002

Prof. Dr. Elif DAĞLI

MÜ Tıp Fakültesi Öğretim Üyesi

Ürün Yerleştirme

- Markalı ürünlerin belirli bir bedel karşılığında sinema filmlerine, TV programlarına, bilgisayar oyunlarına ve kitaplara yerleştirilmesi
- Film karakterlerinin markalı bir yaşam sürmesi
- Kolay kolay her şeyi beğenmeyen film starının onayını göstermekte
- Amaç: marka farkındalığını arttırmak
- Kullanan kişiyle özdeşleşmek
- Marka imajı ile karakter uyumlu olmalı

REKLAMLAR OLMASA TV OLURMUY DU?

Literatürde Sigara Reklamı

- İngiltere’de 1986 yılında televizyonlarda dolaylı sigara reklamı 352 saatten fazla gösterilmiştir.*
- Avustralya’da kriket sezonunda sigara reklamları 40.000 kez ekranda gösterilmiştir.*
- 2005 yılında Kurtlar Vadisi dizisinde 110 dakikalık dizinin 590 saniyesinde sigara içen kişi görüntüleri ekrana gelmiştir.**

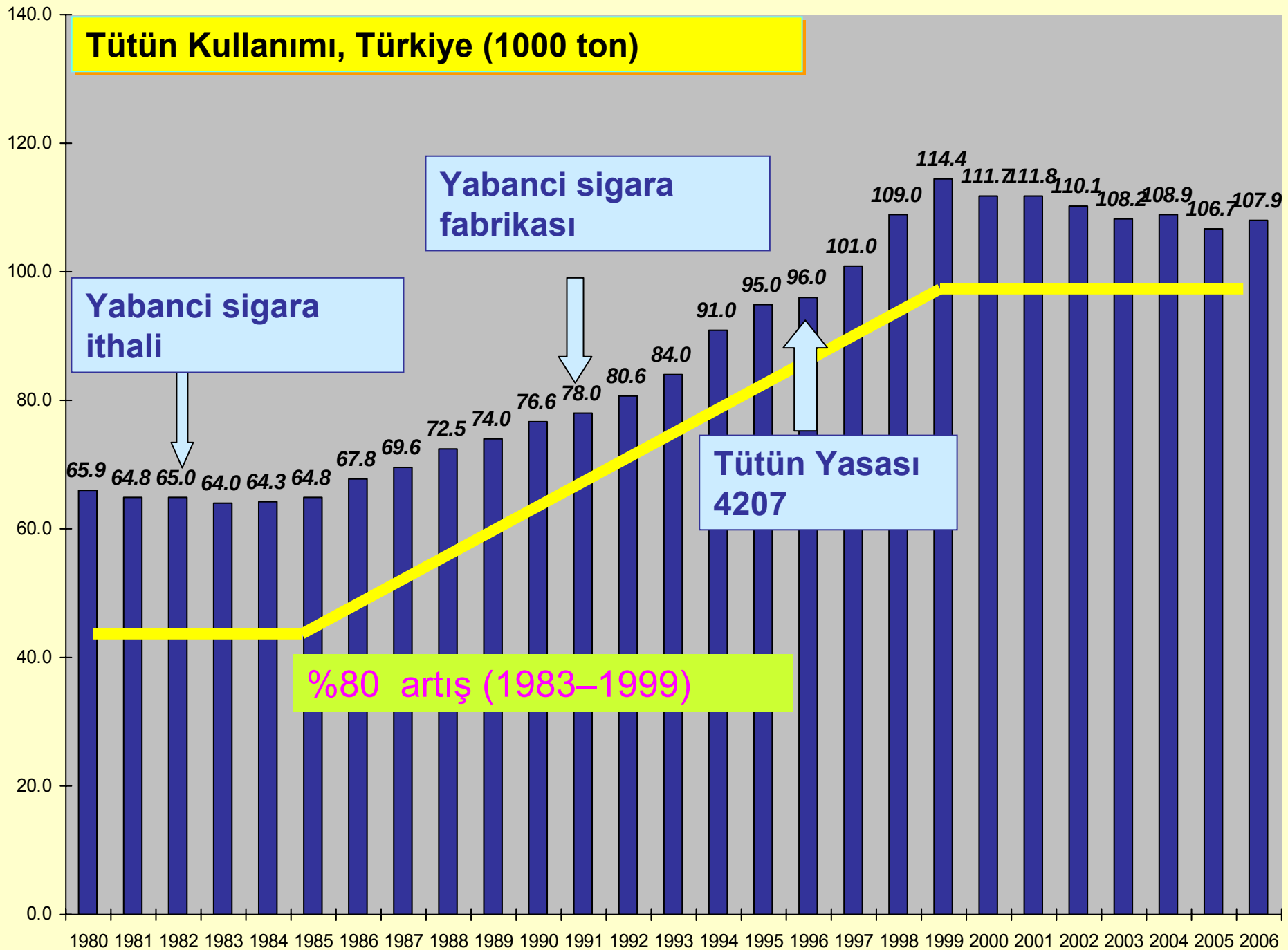
*Tütün ve Sağlık Bibliyografisi, Sayfa 88

**Tütünsüz Yaşam Dergisi, Ekim 2005,

Hangi Hisler Sigara Yaktırır

- Sıkıntılı olduğumda
- Kızgın olduğum zamanlar
- Üzüntülü olduğumda
- Anksiyeteli olduğum zamanlar
- Kendimi yalnız hissettiğim zaman
- Hayal kırıklığına uğradığımda
- Neşeli olduğum zaman
- Kötü muamele gördüğümde
- Korktuğum zaman
- Suçlu olduğumda
- Canım istediğinde

Tütün Kullanımı, Türkiye (1000 ton)





Polat bıraktıysa herkes bırakabilir!



"Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi"

- **Toplum bazında**

- Tütün talebini azaltmak ve kaçakçılığı önlemek için fiyat ve vergi düzenlemeleri (Madde 6 & 15)
- Tütün dumanına maruz kalmaktan koruma (Madde 8)
- Tütün ürünlerinin paketlenme ve etiketlenmesi (Madde 11 & 12)
- **Tütün reklamı, promosyonu ve sponsorluğunun yasaklanması (Madde 13)**
- İzleme ve değerlendirme (Madde 20 & 21)

- **Birey bazında**

- Tütün bağımlılığını azaltma ve bıraktırma (Madde 14)

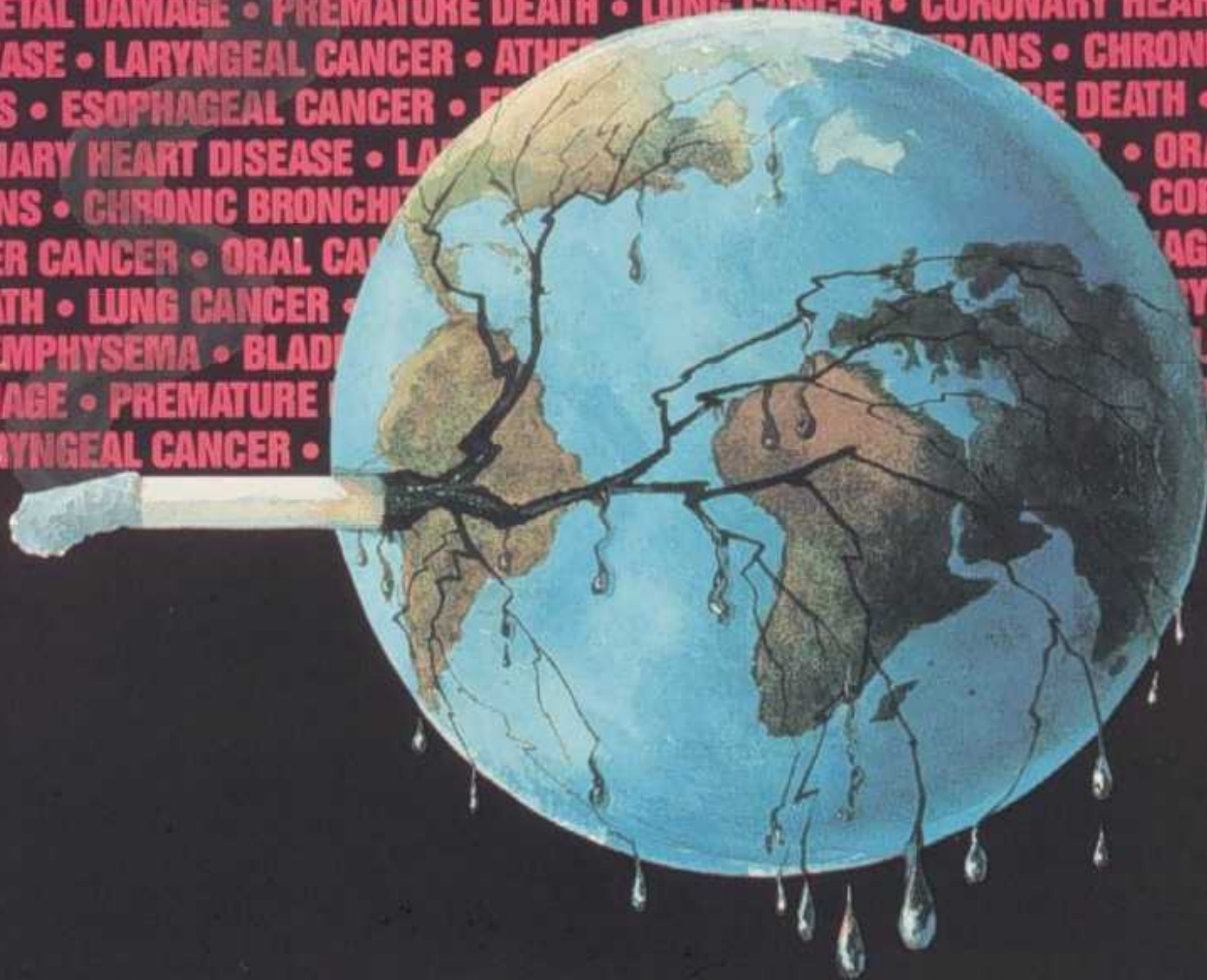
Ulusal Tütün Kontrol Programı

- Tütün Ürünlerine Olan Talebin Azaltılmasına Yönelik Önlemler
- A5: Reklam, Promosyon ve Sponsorluk

TANIM: Bir tütün mamulünü veya tütün kullanımını özendirmeyi doğrudan veya dolaylı yoldan sağlamak amacıyla yapılan her türlü iletişim tavsiye ve eylem

RTÜK, TAPDK, İçişleri Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı

EMPHYSEMA • BLADDER CANCER • ORAL CANCER • DISABILITY • FETAL DAMAGE • PREMATURE D
AGE • PREMATURE DEATH • LUNG CANCER • CORONARY HEART DISEASE • LARYNGEAL CANCER •
LARYNGEAL CANCER • EMPHYSEMA • BLADDER CANCER • ORAL CANCER • DISABILITY • FETAL DA
SABILITY • FETAL DAMAGE • PREMATURE DEATH • LUNG CANCER • CORONARY HEART DISEASE •
Y HEART DISEASE • LARYNGEAL CANCER • ATHEROSCLEROSIS • CHRONIC BRONCHITIS
E BRONCHITIS • ESOPHAGEAL CANCER • FETAL DAMAGE • PREMATURE DEATH • LUNG CANCER
CER • CORONARY HEART DISEASE • LARYNGEAL CANCER • ORAL CANCER •
IS OBLITERANS • CHRONIC BRONCHITIS • FETAL DAMAGE • PREMATURE
MA • BLADDER CANCER • ORAL CANCER • DISABILITY • FETAL D
MATURE DEATH • LUNG CANCER • CORONARY HEART DISEASE • LARYNGEAL CANCER
CANCER • EMPHYSEMA • BLADDER CANCER • ORAL CANCER • DISABILITY • FETAL D
• FETAL DAMAGE • PREMATURE DEATH • LUNG CANCER • CORONARY HEART DISEASE •
DISEASE • LARYNGEAL CANCER • CHRONIC BRONCHITIS • ESOPHAGEAL CANCER
DER CANCER



Amerikan Tütün Sanayinin Pazarlama ve
Reklam için harcaması
15.4 Milyar Dolar Yıllık
42 Milyon Dolar Her gün





**Amerika'da 16 Temmuz 1989
Marlboro Grand Prix'sinde
Marlboro logosu 94dakikada
5933 kez görüntüye girmiş veya
sözü geçmiştir.**



Cancer Research Campaign 1997
Kasımında motor yarış hayranı ve
tarafтары erkek çocukların , bu
zevki paylaşmayan erkek
çocuklara göre iki kat daha fazla
düzenli
sigara içisi
olduklarını
göstermiştir





**1,5 SAATLİK BİR "FORMULA 1
ARABA YARIŞI"NDA, ÇOCUKLAR VE
GENÇLER EN AZ 45 DAKİKA
SİGARA REKLAMLARINA MARUZ
KALMAKTADIRLAR.***

(Sağlık için Sigara Alarmı, 1(2):45.)

April 28, 1983

Mr. Bob Koveloff
ASSOCIATED FILM PROMOTION
10100 Santa Monica Blvd.
Los Angeles, CA 90067

Dear Bob:

As discussed, I guarantee that I will use Brown & Williamson tobacco products in no less than five feature films.

It is my understanding that Brown & Williamson will pay a fee of \$500,000.00.

Hoping to hear from you soon,

Sincerely,

Sylvester Stallone

SS/sp



2048286553



Brown and Williamson
Sylvester Stallone'ye 1983 yılında,
beş filmde sigara içmesi karşılığında
500 000 Dollar ödemiştir.

*Packed
with
Pleasure*

Yes, Chesterfields are packed with pleasure...for
your smoking enjoyment. Their RIGHT COMBINATION...
WORLD'S BEST TOBACCOS gives you the three things that
mean all the benefits of smoking pleasure...

REAL MILDNESS... COOLER SMOKING
BETTER TASTE

CHESTERFIELD
RIGHT COMBINATION • WORLD'S BEST TOBACCOS

He's one of the busiest men in town. While his door may say *Office Hours 2 to 4*, he's actually on call 24 hours a day.

The doctor is a scientist, a diplomat, and a friendly sympathetic human being all in one, no matter how long and hard his schedule.

According to a recent Nationwide survey:

MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—113,597 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preference. Three leading research organizations made the survey. The gist of the query was—What cigarette do you smoke, Doctor?

The brand named most was Camel!

The rich, full flavor and cool mildness of Camel's superb blend of costlier tobaccos seem to have the same appeal to the smoking tastes of doctors as to millions of other smokers. If you are a Camel smoker, this preference among doctors will hardly surprise you. If you're not—well, try Camels now.



Your "T-Zone" Will Tell You...

**T for Taste ...
T for Throat ...**

that's your
proving ground
for any cigarette.
See if Camels
don't suit your
"T-Zone" to a "T."

W. A. RAYMOND
Tobacco Company
Washington, D. C.

CAMELS

Costlier Tobaccos

1933 JAMA'da
sigara reklamları
20 yıl sürdü



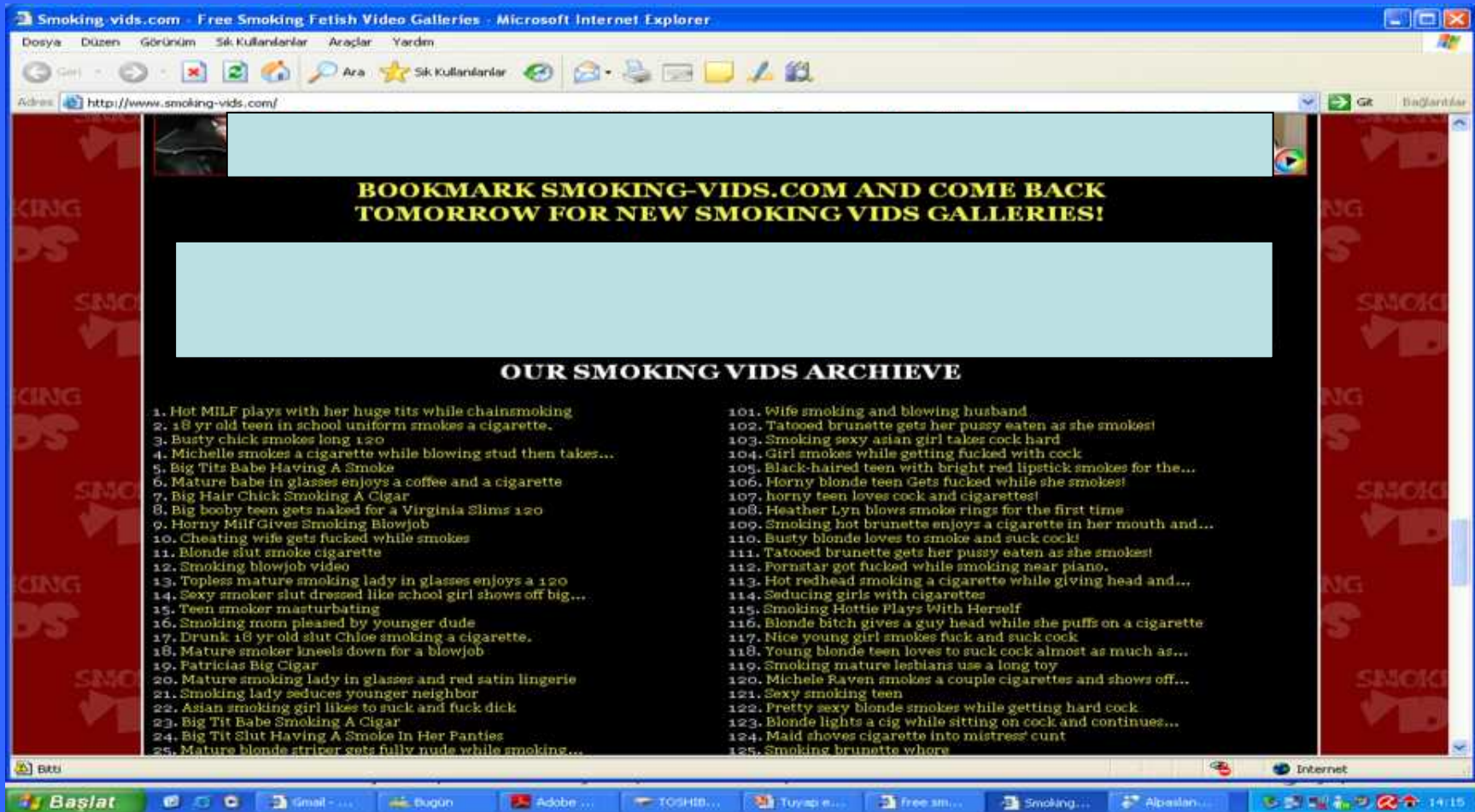
- 22.07.1992 tarihinde

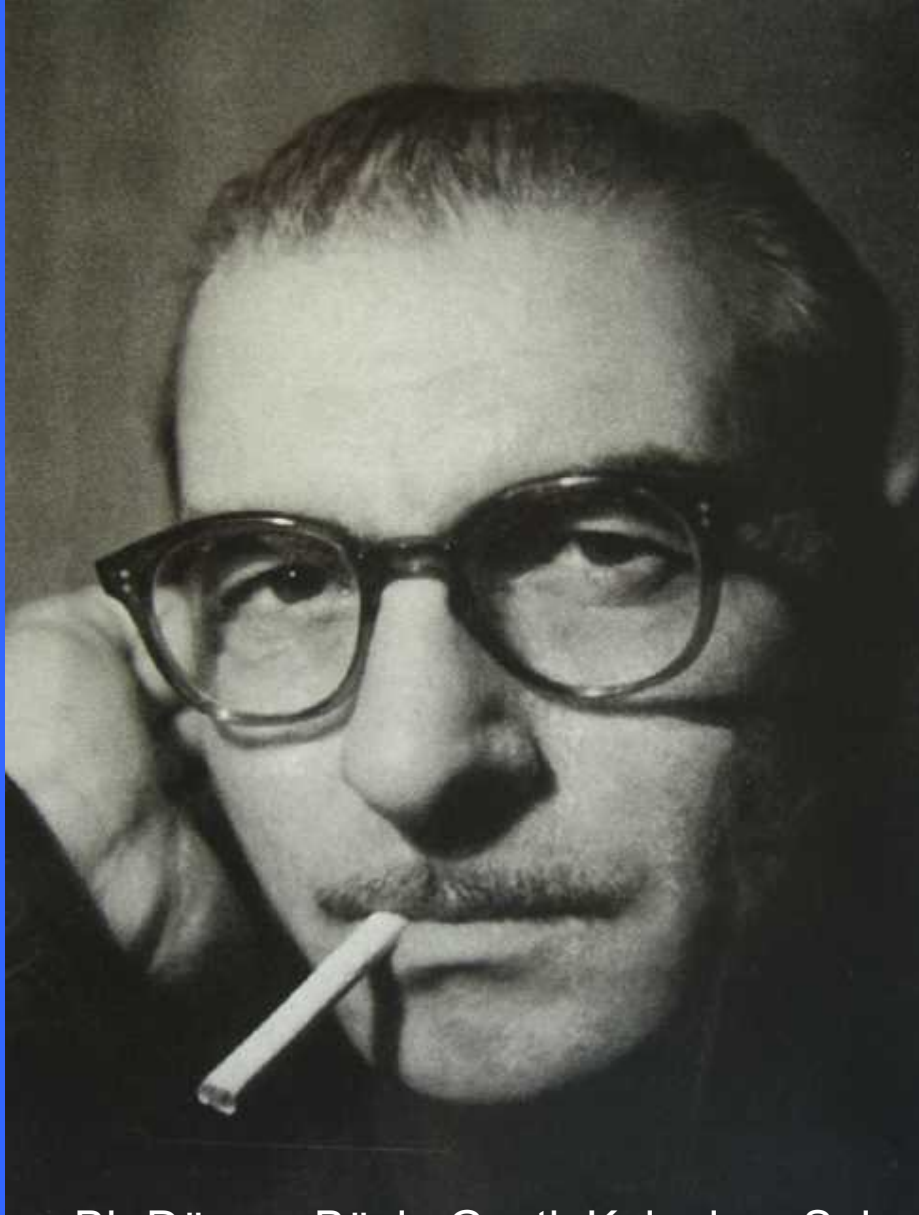
"Marlboro Man"

(Wayne McLaren)

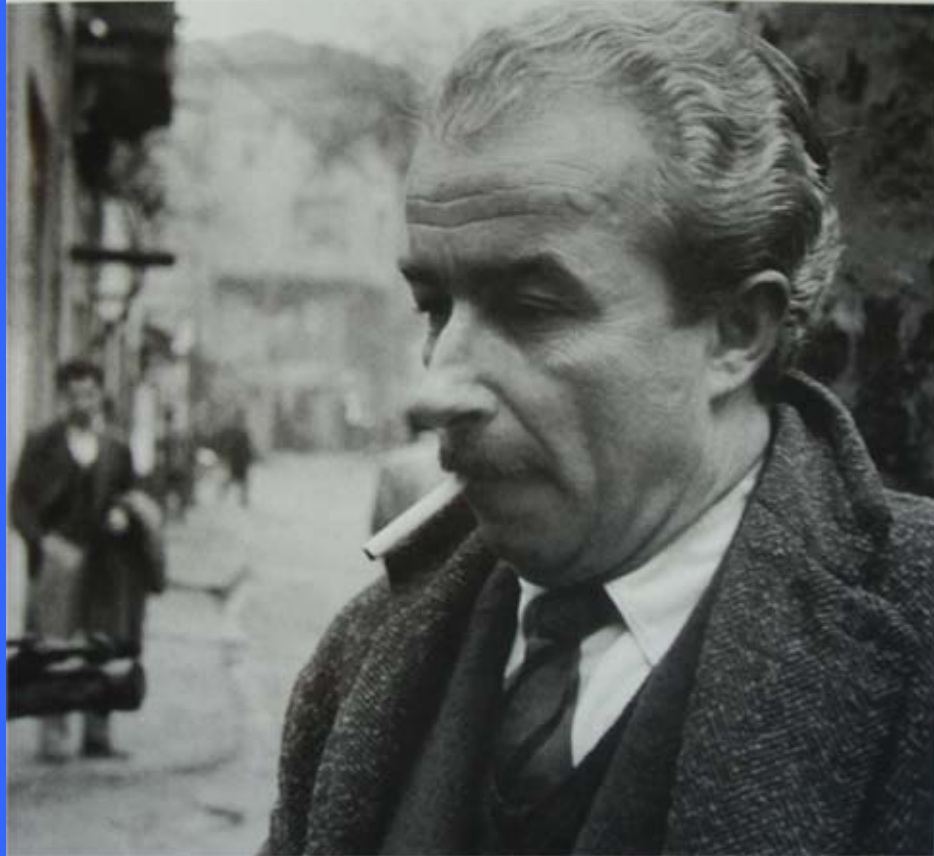
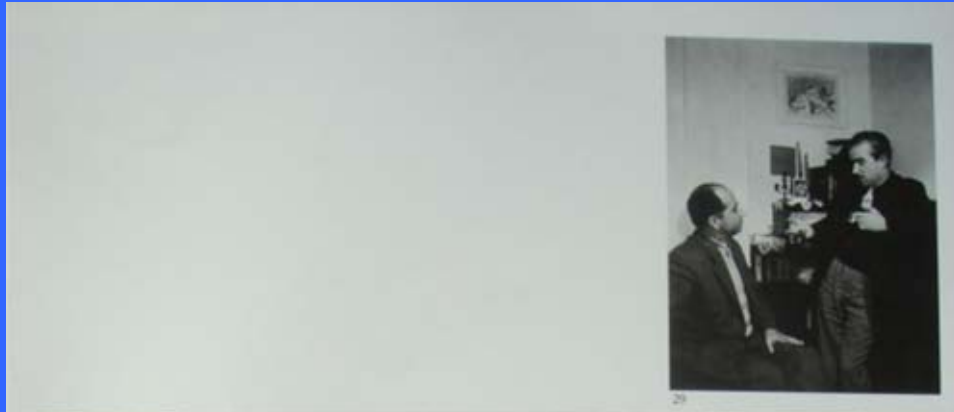
51 yaşında akciğer

kanserinden öldü.

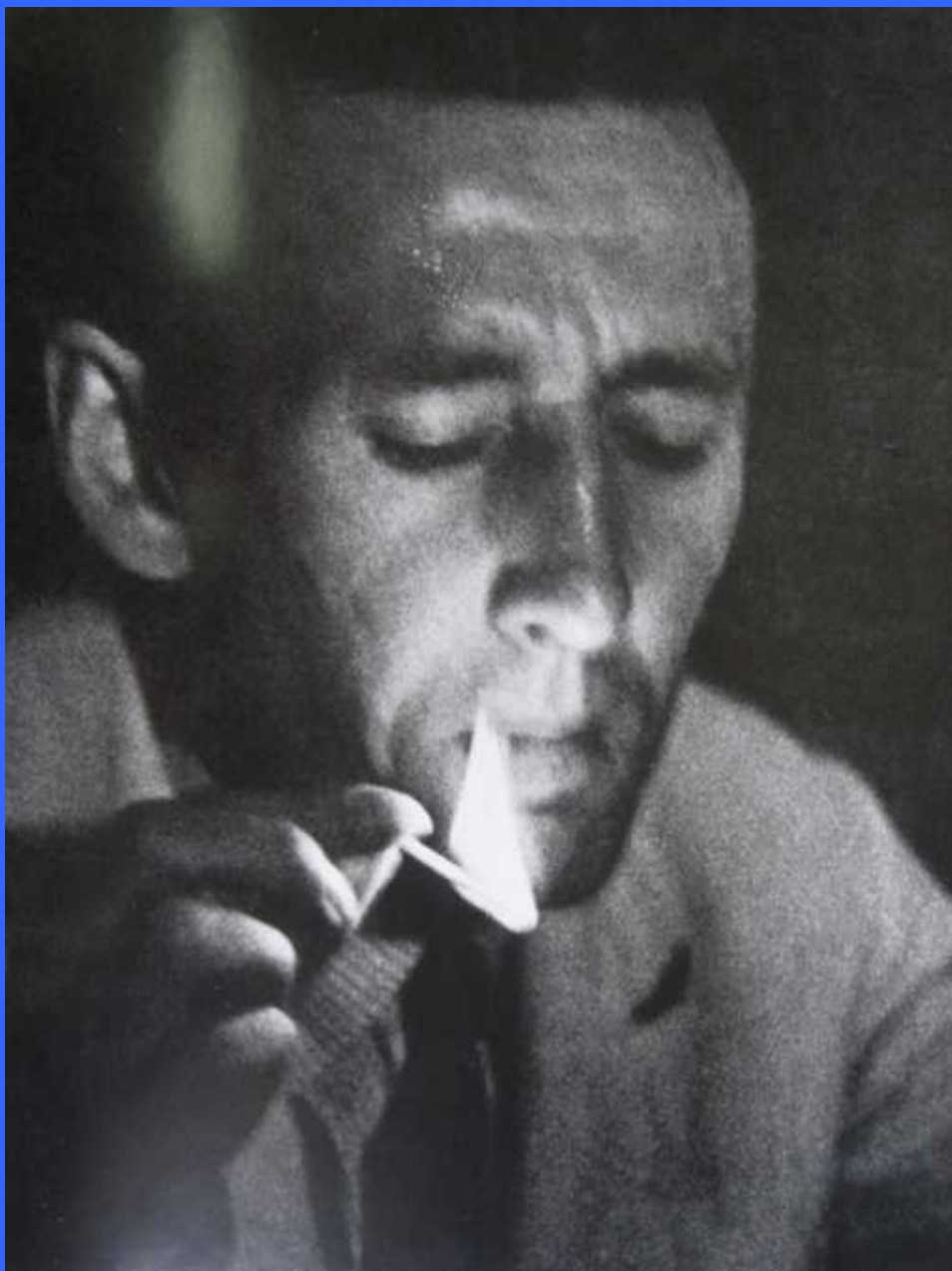




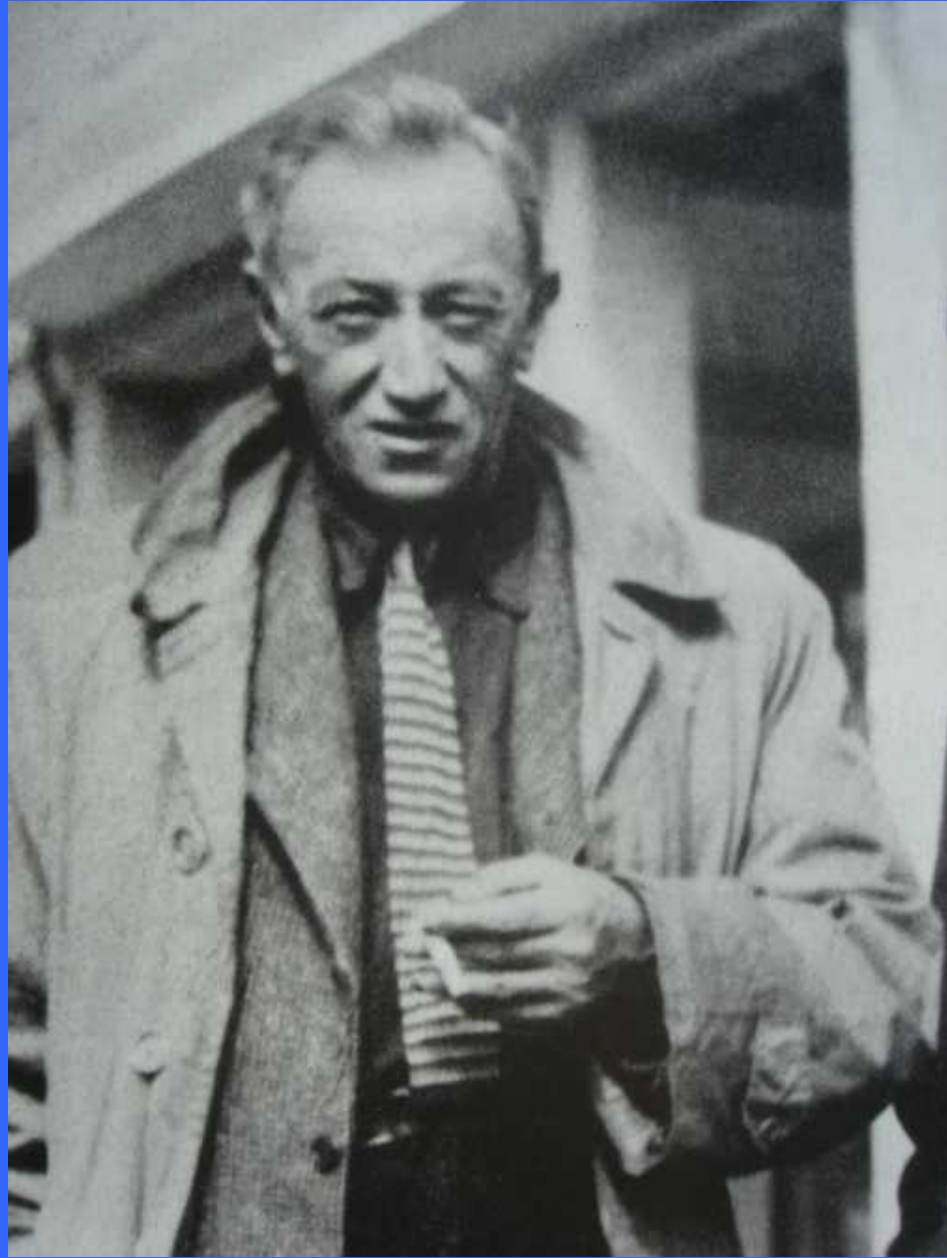
Ara Güler- Bir Dönem Böyle Geçti, Kalanlara Selam Olsun.....



Orhan Kemal







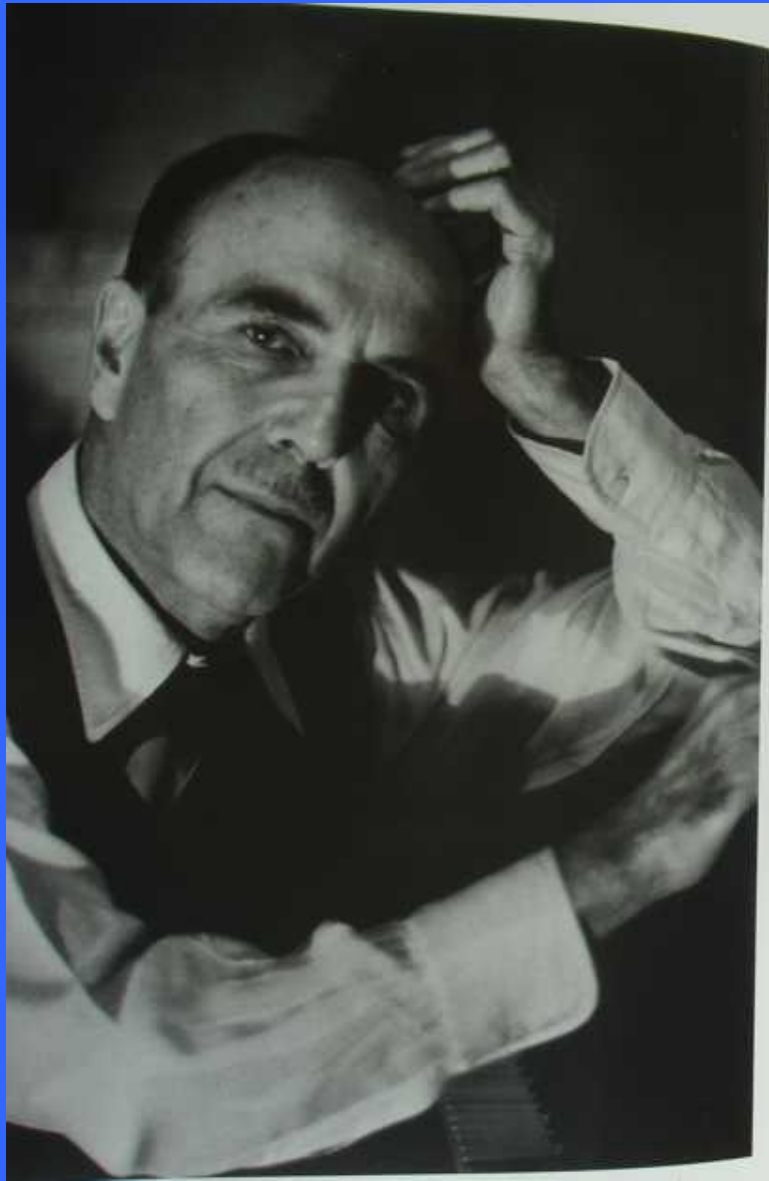
Sait Faik Abasıyanık



Sabahattin Eyüpoğlu



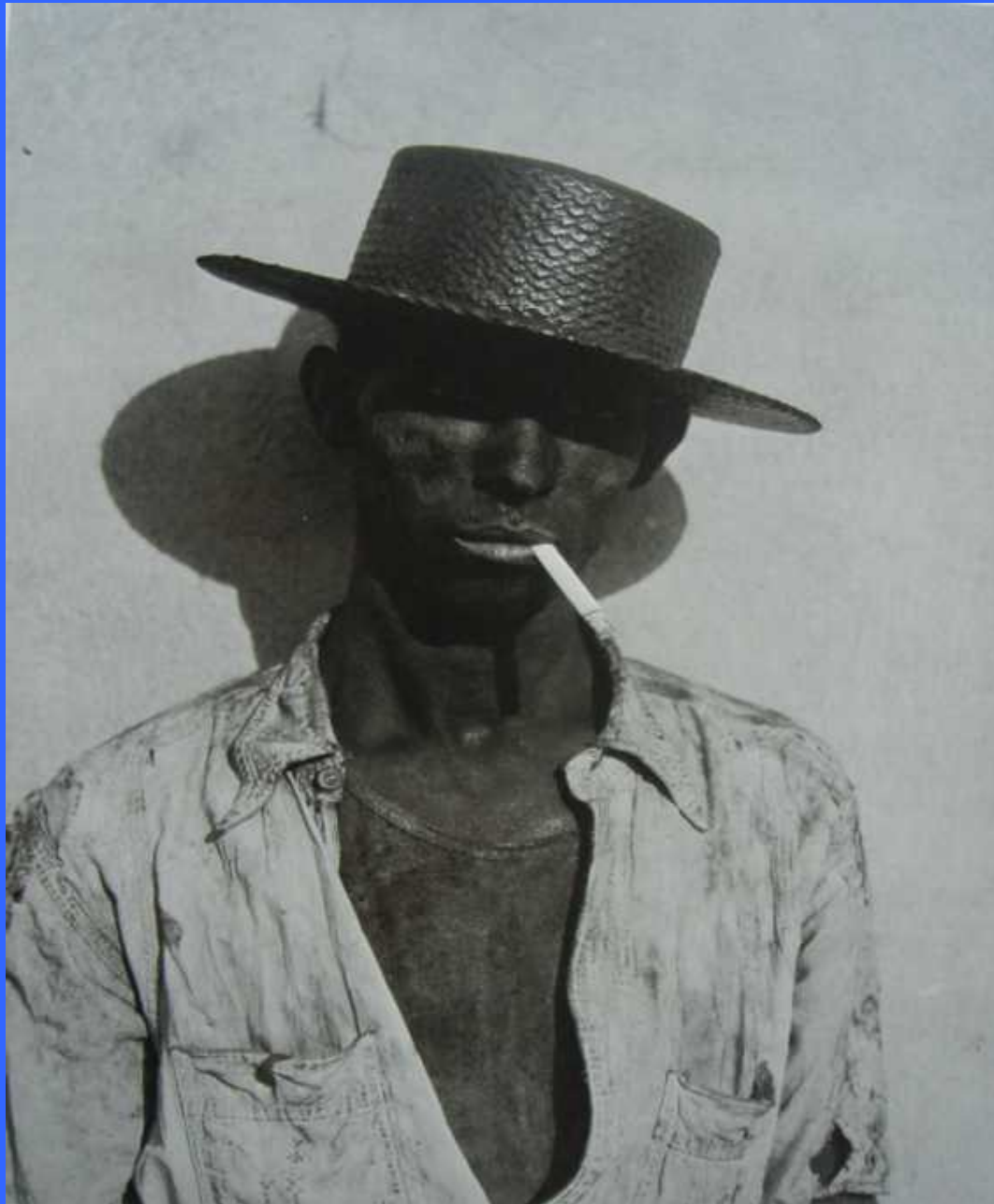
Orhan Kemal



Cemal Reşit Rey



Bedri Rahmi Eyüboğlu



Walker Evans- Dockworker, Havana, 1932



Berker Dalmış, Herşeye Rağmen, Kodak Türkiye 2004-Amatör Fotoğrafçılar Büyük Ödül

HINCAL'IN YERİ



**HINCAL
ULUÇ**

Telefon: (212) 354 48 13
Faks: (212) 354 48 91
e-mail: hincal.uluc@sabah.com.tr SMS:
4122-HU (MESAJ)

TRT'nin ayıbı!..

Devlet televizyonu sahtekârlık yapar mı? Ya-
pıyor!.. İsrarla yapıyor.. Eleştirilere rağmen
yapıyor.. Hem de üç kuruş için. Hem de halkın
vergilerinden zaten tonla para aldığı halde, bir de
reklam yansıma girerek halsiz rekabet yaparken.
Bir yayında reklam süresini kurallar belirlemiş.
Canlı yayınlarda bir de sanal yayına izin var.
Olay devam ederken üzerine, görüntüyü bozma-
dan reklam bindirmek. Mesela tribüne bayrak. O
bayrak yok aslında.. Ya da avut çizgisinin yanına
marka adı.. O reklam da orda yok aslında..

TRT ne yapıyor?. Bir boş saha resmi çekiyor.
Çıtır çıtır reklamın montajı, bir de çığ-

İspanya deneyine

Madrid'deki ilk öğle yemeğinin ardın-
dan, bir Cigar Kulübüne gittik. Özel
bir kulüp.. Sadece üyeleri ve konuk-
ları giriyor. Burada puro içmek serbest. Kapı-
dan girip geniş ve rahat koltuklara gömüldü-
ğünüzde puro kokusunu alıyorsunuz.. Puro
içenlerin o çok sevdikleri kokuyu..

Oturdum ve cohibamı yaktım ki, kulübün
genç patronu yanıma geldi.. Herkesin puro
içtiği yerde dumanı nasıl engellediklerini an-
lattı. Çok gelişmiş ve çok güçlü bir klima kul-
lanıyorlar. Purolardan çıkan duman müthiş
bir emme gücü ile tavana çekiliyor. Orada üç
katlı filtre dumanı, hem fiziksel, hem de kim-
yasal olarak temizleyip ortadan kaldırıyor.

O akşam yemeği Madrid'in en ünlü, en
sosyetik restoranında yedik. Casino De Mad-
rid'in terasında.. Fevkalade lüks, pahalı, ha-
valı bir yer.. İki salonu var. Birinde sigara ya-
sak, ötekinde serbest..

Hoş bir servisi var. "Tadımlik" diyorlar..
Onu seçtik hemen ve saymadım ama tat-
tıklarımız 40'ı geçti.. Yani aklınıza bir şey

gelmesin. Her tattığımız en fazla ceviz bü-
yüklüğünde..

Ertesi öğle, en önemli yemeğimiz var.
Madrid'in bir numaralı restoranı, Michelin yıl-
dızı Zalaçain'de.. Kravatın mecburi olduğu
bir lokal.. Öğleleri genelde iş yemekleri yeni-
yor. Şarap kavı ünlü. Ülkenin bir numaralı
şarap tadımcısı, degustatör, sommalier, her
ne derseniz, o da burada.. Güneri'yle Meh-
met fevkalade ilgili işin bu yanıyla.. Benden
uzak..

Oraya gitmeden Tio Pepe'yi gezdik. Bu
alışveriş merkezi içinde bir günlük restoran.
İçi de, dışı da cıvı cıvı.. Yüzde 30'luk yerini
sigara içenlere ayırmış. Ayırma işini de cam
bölmeyle yapmış. İçilen bölüm dış mekandan
tamamen ayrılmış. İçerde gene güçlü klimalar
ve filtrelerle duman sorunu çözülmüş..

Zalaçain'de ise içilen ve içilmeyen salon-
lar ayrı ayrı.. Birbirlerini görmüyorlar bile..

Akşamüzeri Oscarlık oyuncu Javier Bar-
dem'in sahibi olduğu dahil, İspanya'nın dün-
yaca ünlü meze barlarını gezdik.. Tapas ya-

Aynı Hıncal Uluç 2004

- "...New York'ta bir derginin genel yayın müdürünün (Graydon CARTER) odasındaki masada kullanılmayan hatıra bir süs kül tablasının durması yasak. İstanbul'da bir gazetenin ortak çalışma alanında fosur fosur sigara tütürmek serbest. İki uç uygulama. Neden? Çünkü ikisinin ortasını bulmak mümkün değil. Hoşgörü başladı mı, kısa zamanda her yer İstanbul. O zaman... O zaman katı ve ödün vermez New York uygulamasını alkışlamak gerekmiyor mu? Eğer insansak... Eğer başkalarına saygılı insanlarsak..."
- **08.02.2004**
Hıncal ULUÇ
Gazeteci, yazar

- "...Geçen gün bir taksiye bindim, şoför sigara ikram etti. Teşekkürler, kullanmıyorum dedim. 'Aa olur mu, filmlerde içerken görmüştüm' dedi. Ben de, 'Ama biz filmlerde ölüyoruz da' dedim..."

29.07.2005

Müjde AR

Sanatçı

- "... Sigaranın reklamı ekranda yasak, ama 'Biri Bizi Gözetliyor' da sigara içmek alabildiğince serbest. Tuhaf kaçmıyor mu ? Ekranın bu yeni yarışmasını nasıl mı buldum? Henüz bulamadım. Arıyorum..."

15.02.2001

Erdoğan SEVGİN

TV Programları Eleştirmeni

- 16 yaşımdan beri 4 paket sigara içiyorum.
Enayi bir pıhtı yüzünden ondan vazgeçecek
değilim!..." **14.09.2003**
Oğuz ARAL
Karikatürist
- **Not: 26.07.2004 tarihinde vefat etti.**

- Gençler sigaraya hemen daima bir özentî olarak başlar, zamanla elinden kurtulamaz duruma düşerler. Fötr şapkası ve trençkotuyla Humphrey BOGART mesela, bizim nesilden pek çok genci bu konuda baştan çıkarmıştır; onun içmediği bir sahne seyrettik mi diye bazen düşünürüm. Ben, daha doğrusu ailece biz, sigaradan kurtuluşumuzun onbeşinci yılını kutluyoruz..."
- **06.06.2003**
Hakkı DEVRİM
Gazeteci, yazar

- Adölesanlarda sigara kullanımı üzerinde etkili olabilmek için sigara firmalarının yaptığı çalışmalar kontrol altına alınmalı ve sigara karşıtı kampanyalarına karşı medya ile destek verilmelidir.

Weiss JW, Cen S, Schuster DV, Unger JB, Johnson A, Mouttapa M, Schreiner d WC, Cruz TB. Longitudinal effects of pro-tobacco and anti-tobacco messages on adolescent smoking susceptibility. Nicotine & Tobacco Research. 2006; (8)3:455–465

- Monitor** tütün kullanımını ve koruyucu uygulamaları izle
- Protect** toplumu tütün dumanından koru
- Offer** sigarayı bırakmaya yardım et
- Warn** tütünün zararları konusunda uyar
- Enforce** tütün reklam, tanıtım ve sponsorluğunu yasaklamayı destekle
- Raise** tütün vergilerini artır



Tütün ürünlerinin reklam, tanıtım ve sponsorluğunu kısıtlama konusunda **var olan** mevzuatı güçlendir

Tütün satışı hastalık ve ölümlerle ilişkilidir

Kullanıcısının yarısını öldüren bir ürünü satmak çok değişik bir pazarlama anlayışı gerektirmektedir. Tütün ürünlerini üretenler dünyanın en usta pazarlamacılarıdır, tütün kullanımını azaltmaya yönelik olan reklam, tanıtım ve sponsorluğun kısıtlanmasına karşı giderek daha saldırgan olmaktadır.

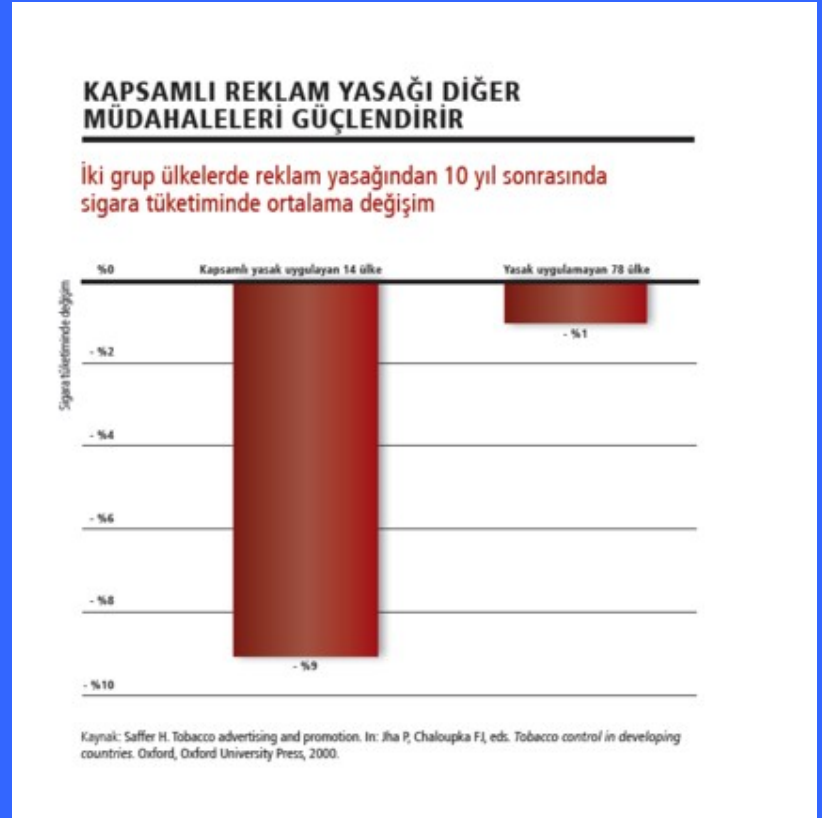
Tütün endüstrisi reklam ve tanıtım faaliyetlerinin amacının yeni müşteriler yaratmak ve tütün kullanımını artırmak olmadığını, sadece mevcut tüketiciler arasında pazar paylarını artırmaya çalıştıklarını iddia ederler⁹¹. Bu doğru değildir. Tanıtım ve pazarlama tütün satışlarını artırır, sigara içenlerin daha fazla içmesine yol açar, sigarayı bırakma isteğini zayıflatır ve sonuç olarak daha fazla insanın ölümüne neden olur. Pazarlama ayrıca başta gençler olmak üzere potansiyel

sigara kullanıcılarının sigarayı denemelerine ve uzun süreli müşteri olmalarına yol açar⁹². Gençleri ve demografik anlamda özel grupları hedef alan reklamlar daha etkilidir^{93,94}.

Pazarlama, tütün kontrolü çalışmalarına başka engeller de çıkarır. Yaygın şekilde reklam yapılması tütünü "normalize" eder, diğer tüketim ürünlerinden farksız hale gelmesini sağlar. Bu durumda insanların sigaranın zararları konusunu algılamaları güçleşir. Pazarlama yanlış olarak, tütünün gençlik, enerji, çekicilik ve cinsellik gibi arzu edilen değişik özelliklerle birleştirilmesine yol açar. Ayrıca her yıl milyonlarca dolarlık reklam ve tanıtım bütçesi nedeni ile, özellikle spor ve eğlence alanında tütün endüstrisinin medya üzerinde egemenlik kurmasına yol açar.

Dizi film karakterlerini kitleler takip ediyor

- Reklam yasağından önce ve sonra yapılmış ulusal düzeydeki çalışmalar reklam yasağından sonra sigara tüketiminde %16'ya kadar varan düşüşler olduğunu ortaya koymaktadır.



Pazarlama ve tanıtım konusunda yasaklama
tütün salgını ile mücadelede güçlü bir silahtır.

Kaynak: Saffer H. Tobacco advertising and promotion. In: Jha P, Chaloupka FJ, eds. Tobacco control in developing countries. Oxford, Oxford University Press, 2000.

**Hedef grubumuza ulaşma ve etkileme
konusunda spor en iyi yol olmakla
birlikte tek yol değildir.
Asya'daki genç erişkin müşterilerimiz
için uluslararası sinema ve videolar da
çok çekicidir.**

Phillip Morris iç yazışmaları (1990)

- Tütün Kontrol Programlarının medya etkisi göz ardı edilmemelidir...
- Medya müdahalenin etkisi ve yoğunluğu sigara kullanma davranışını etkiler, ancak henüz sonuçlar kısa süreler için geçerli...uzun vadede sonuçlar gelecekte çıkacaktır...
- Medya etkisi mutlaka değerlendirilmelidir...

KANUN

**TÜTÜN MAMULLERİNİN ZARARLARININ ÖNLENMESİNE DAİR KANUNDA
DEĞİŞİKLİK YAPILMASI HAKKINDA KANUN**

Kanun No. 5727

Kabul Tarihi: 3/1/2008



KONTROLÜN SAĞLANMASI

- TRT ile ulusal, bölgesel ve yerel yayın yapan özel televizyon ve radyolar, **ayda en az doksan dakika** tütünün zararları konusunda yayın yapmak zorunda
- Bu yayınlar, 08:00-22:00; asgari otuz dakikası **17:00-22:00** saatleri arasında

RTÜK'ü

Devreye Sokmak Bizim İşimiz

- Yasağı ihlal eden 47 televizyon kanalı RTÜK tarafından kanunun hayata geçtiği 19 Mayıs 2008 tarihinden 19 Şubat 2010'a kadar geçen sürede toplam 2 milyon 60 bin TL cezaya çarptırıldı.
- Var olan mevzuatı güçlendirmek tütünle mücadelenin esaslarındandır. Biz bunu başardık.
- Sıra denetimlerde...