

# SİGARA, SAĞLIK VE TÜKETİCİ HAKLARI

Turhan ÇAKAR

Tüketici Hakları Derneği Genel Başkanı

Evrensel Tüketici Hakları, öncelikle başta ABD olmak üzere, AB ülkeleri gibi sanayileşmiş batı ülkelerinde sağlıksız, güvensiz, kalitesiz ve pahalı mal ve hizmetlere karşı 150 yıldan beri, özellikle de kadınların öncülüğünde verilen mücadeleler sonucunda 9 Nisan 1985 tarihinde Uluslararası Tüketiciler Örgütü'nün (o zamanki adı ile Uluslararası Tüketici Örgütleri Birliği) önerisi ve girişimi ile Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda "Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar" başlığı altında oybirliği ile kabul edilmiştir.

Evrensel Kabul görmüş Tüketici Hakları Şunlardır:

- 1. Temel İhtiyaçların Giderilmesi Hakkı** (Beslenme, Barınma, Giyinme Gibi)
- 2. Sağlık ve Güvenlik Hakkı** Tehlikeli, Riskli Mal ve Hizmetlere Karşı)
- 3. Bilgi Edinme Hakkı** (Mal ve Hizmetlerin Özellikleri, Kullanım Koşulları ve Tehlikeleri Hakkında)
- 4. Örgütlenme, Sesini Duyurma ve Temsil Edilme Hakkı** (Tüketicilerin Kendilerini İlgilendiren Konularda)
- 5. Eğitilme Hakkı** (Tüketicilerin Hak ve Sorumluluklarını Öğrenebilmeleri)
- 6. Seçme Hakkı** (Tüketicilerin Ekonomik Durumlarına Uygun Mal ve Hizmet Seçeneklerinin Artırılması)
- 7. Zararların Karşlanması Hakkı** (Ayıplı ya da Kusurlu, Özürlü, Defolu Mal ve Hizmetlere Karşı)
- 8. Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı** (Aldatıcı ve Yanıltıcı Reklamlar, Satış Sonrası Servis Hizmetleri, Kapıdan Satışlar, Çeşitli Kamu Hizmetlerine İlişkin)
- 9. Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı** (Temiz Hava, Yeterli ve Temiz Su, Daha Çok Yeşil Alan, Bakımlı ve Temiz Çağdaş Bir Kent Sağlanabilmesi)

Anayasamızın 172. maddesinde “Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder.” denilmektedir.

8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe giren, daha sonra değiştirilerek 14 Mart 2003 tarihinde yayımlanan ve 14 Haziran 2003 tarihinde de yürürlüğe girecek olan “4822 Sayılı Kanunla Değişik 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”un Amaç maddesinde “**Madde 1-** Bu Kanunun amacı, kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir.” denilmektedir.

Konu sigara ve sağlık olduğu için ve sigara da kanser yaptığı için öncelikli olarak tüketici haklarından olan sağlık ve güvenlik hakkı, sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı, aynı zamanda konuyla ilişkili ve bağlantılı olduğu için de evrensel tüketici haklarından olan bilgilendirme ve eğitim hakkı gereğince sigaranın tüketilmesi ve reklamı, sağlık ve çevre üzerindeki etkileri; Konu hakkında tüketicilerin ve kamuoyunun bilgilendirilmesine ilişkin var olan yasal mevzuat ve uygulamaların ne olduğuna değinmemiz gerekmektedir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun “Amaç” maddesinde belirtilen ve sağlığa da değinilen genel tanımın dışında, sigaranın tüketimi, reklamı, sağlık ve çevre üzerindeki etkileri, konuyla ilgili tüketicilerin ve kamuoyunun bilgilendirilmesine yönelik, bu Kanun kapsamında doğrudan olmasa da dolaylı olarak, Kanunun ticari reklam ve ilanlara ilişkin hükmünde, gene Kanunda belirtilen Reklam Kurulu’nun görevleri hükmünde ve Kanun kapsamında yayınlanan “Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ”de bir ilişki vardır.

Kanun’da “Ticari reklam ve İlanlar” başlığı altındaki hükmün 1, 2, 4 ve 5 fıkraları şöyledir:

**Madde 16-** Ticari reklam ve ilânların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır.

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 özürllüleri istismar edici reklam ve ilânlar ve örtülü reklam yapılamaz.

Reklam veren, ticari reklam veya ilânda yer alan somut iddiaları ispatla yükümlüdür.

Reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdürler.

Kanun'da belirtilen "Reklam Kurulu"na ilişkin hükmün 1. ve 2. paragrafında ise şunlar denilmektedir:

**Madde 17-**Ticari reklam ve ilânlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilânları incelemek ve inceleme sonucuna göre, 16 ncı madde hükümlerine aykırı reklam ve ilânları üç aya kadar tedbiren durdurma ve/veya durdurma ve/veya aynı yöntemle düzeltme ve/veya para cezası verme hususlarında görevli bir Reklam Kurulu oluşturulur. Reklam Kurulu kararları Bakanlıkça uygulanır.

Reklam Kurulu, ticari reklam ve ilânlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemede; ülke koşullarının yanı sıra, reklamcılık alanında evrensel kabul görmüş tanım ve kuralları da dikkate alır.

Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ'in "Temel İlkeler" başlığı altındaki (a) fıkrasında ise "Reklamlar yasalara, genel ahlaka uygun, doğru, dürüst ve gerçekçi olmak zorundadır." denilmektedir.

Kanunun "Ticari reklam ve ilanlar" başlığı altındaki 16. maddenin 1. fıkrası ile Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ'in (a) fıkrasında belirtilen "Reklamlar yasalara uygun olmak zorundadır" hükmünden hareketle, Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanunun 3. Maddesi, Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un 22. Maddesi, Radyo ve Televizyon Kuruluşları Reklam Yayın İlkeleri ve Usulleri ile Reklam Gelirleri Üst Kurul Paylarının Ödenmesi Hakkında Yönetmelik'in 13. Maddesi ve Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Reklam

Yönetmeliğinin 6. maddesinde yer alan sigaraya ilişkin reklam yasağına uyulmaması durumunda, Reklam Kurulu tarafından para cezası uygulanacaktır.

Kanun'un 17. maddesine göre Reklam Kurulu'nun vereceği bu ceza kararları Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından uygulanır ve bu kararlar, tüketicilerin bilgilendirilmesi, aydınlatılması amacıyla Reklam Kurulu Başkanlığınca açıklanır.

Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair 4207 No'lu Kanun'un 2. maddesinde şöyle denilmektedir:

**Madde 2-** Sağlık, eğitim-öğretim ve kültür hizmeti veren yerler ile kapalı spor salonlarında ve toplu taşımacılık yapan her türlü nakil vasıtaları ve bunların bekleme salonlarında , kamu hizmeti yapan kurum ve kuruluşlardan beş veya beşten fazla kişinin görev yaptığı kapalı mekanlarda tütün ve tütün mamullerinin içilmesi yasaktır.

Bu gibi mahallerde tütün ve tütün mamullerinin içilebilmesi için ayrı yerler tahsis edilir. Tahsis edile yerden, sigara içilmeyen mahallere duman gidişi engelleyecek, havalandırma, tecrit etme gibi tedbirler alınır.

Kanun'un bu hükmü ile kısmi olarak tüketicinin sağlık hakkı ile sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Ancak, sigara içme yasağı çalışma yapılan kamu, özel tüm işyerleri ile yemek yenilen yerlerde yaygınlaştırılmalıdır.

Sağlık Bakanlığının, sigara konusunda, herhangi bir yaptırım uygulayabilecek bir görev ve yetkisi olmamakla birlikte sigaranın zararları konusunda kamuoyunu ve tüketicileri bilgilendirici çalışmaları olmaktadır.

Çevre Bakanlığı'nın ise konu ile ilgili herhangi bir çalışması bulunmamaktadır.

Tüketici Hakları Derneği olarak yoğun bir şekilde ilk ve orta dereceli okullarda öğrenci, öğretmen ve veliler ile kamu kuruluşlarında çalışanlara ve çeşitli sivil toplum kuruluşları ile diğer kuruluşlara verilen konferanslarda sigaranın zararları ile sigara tekellerinin ülkemizdeki oyunlarına ilişkin bilgiler verilmektedir.