

## NOBEL ÖDÜLLÜ YAZARIMIZIN ROMANINDA AMERİKAN SİGARASI REKLAMI

Celal KARLIKAYA<sup>1</sup>, Esin KARLIKAYA<sup>2</sup>

### Özet

Günümüzde insan ölümlerinin en önemli önlenbilir sorumlusu tütün ürünleridir. Tütün, 20. Yüzyıl'da 100 milyon insanın ölümünden sorumludur ve 21. Yüzyıl'da da 1 milyar insanı öldüreceği ön görülmektedir. Hemen hemen tamamen önlenbilir olan bu salgın halk sağlığı ve siyasi lider için bütün dünyada başlıca öncelik olmalıdır. Tütün şirketleri gittikçe artan reklam ve sponsorluk kısıtlamaları nedeniyle, başta televizyon ve sinema olmak üzere birçok kültürel faaliyetler içinde açık veya gizli reklamlara başvurmaktadır. Bu reklamlar, özellikle Türkiye gibi sigara yasakları olan ülkelerde kendi sigara markalarını daha ön plana çıkarma, satışlarını artırma amacıyla kullanılmaktadır. Yakın zamanda ilk kez bir Türk romancısı, Orhan Pamuk, Nobel Edebiyat Ödülü ile ödüllendirildi. Yazarın, dünyada en çok satılan romanlardan birisi olan 'Kar' adlı romanında 49 kez 'sigara' sözcüğünün, 9 kez de 'Marlboro' markasının geçtiği saptandı. Başka sigara markası saptanmadı. Sigara betimleme ve sahneleri çoğunlukla romanın baş karakteri etrafında geçmekteydi. Kahramanlar, sporcular, ünlü aktörlerler, müziyen ve diğer sanatçıların birçok insane tarafından algılandığı ve taklit edildiği bilinen bir durumdur. Özellikle gençler bu tip ünlü, sporcu ve sanatçıları örnek almaktadırlar. Nobel Edebiyat Ödülü ile dünya genelinde gittikçe daha fazla insan Orhan Pamuk'un romanlarını okumakta ve gizli sigara reklamlarına maruz kalmaktadır. Bu yazıda, bu tütün endüstrisi taktiğine karşı yapılan ulusal ve uluslararası düzeydeki girişimler sunulmakta ve konunun sağlık ve kültürel boyutu irdelenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık, Kültür, Edebiyat, Gizli Reklam, Kültürel Emperyalizm, Tütünün Zararları ile Mücadele

<sup>1</sup> Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Göğüs Hastalıkları Ana Bilim Dalı

<sup>2</sup> Deontoloji ve Tıp Tarihi Anabilim Dalı

## **HIDDEN AMERICAN TOBACCO BRAND ADS IN THE NOBEL AWARDED TURKISH WRITER'S FAMOUS NOVEL**

### **Abstract**

Today, tobacco products are one of the major causes of preventable human death. In the 20th century, the tobacco epidemic killed 100 million people worldwide. During the 21st century, it could kill one billion. Reversing this entirely preventable epidemic must now rank as a top priority for public health and for political leaders in every country of the world. Tobacco companies are more looking to hidden and indirect tobacco ads especially in televisions and movies and the many cultural activities because of growing advertising and sponsorship restrictions. These types of ads are used for increasing tobacco sales and their brands especially in countries such as Turkey that implemented advertisement restrictions. Recently, a Turkish novelist, Orhan Pamuk, awarded with Nobel Prize in Literature, first time in the country's history. In his one of the famous novel "Kar" (snow) that is now top-ten selling book in the world, there were 49 smoking scenes and 9 times of Marlboro brand. We looked for other cigarette brands but could not find any. Smoking scenes and figurations in the novel related with and placed around the hero, mostly. It is known that the life and success of heroes, sportsmen, famous actors, musicians and other artists are perceived and followed by so many people. Especially young people accept some famous people, sportsmen and artists as role models. Because of Nobel's motivation more and more people all around the world will read the book and expose to hidden cigarette ads in Orhan Pamuk's novels. In this paper, local and international level interventions against this tobacco industry tactic were presented and health and cultural issues around it are scrutinized.

**Key words:** Health, Culture, Literature, Hidden ads, Cultural Imperialism, Tobacco Control

## GİRİŞ

Ülke olarak her yıl 100,000 insanımızı tütüne bağlı hastalıklardan kaybetmekteyiz. 2030'lu yıllarda ise bu rakamın her yıl 240,000 kişiye ulaşması beklenmektedir. Bugün için tütüne bağlı nedenlerden yıllık ekonomik zararımızın 50 milyar ABD Doları olduğu bildirilmektedir. Önümüzdeki yıllarda yeni teknolojik ve bilimsel gelişmelerle birlikte bu ekonomik bedellerin çok daha fazla oranda artacağı beklenmektedir (Resim 1). Örneğin, günümüzde akciğer kanserli bir hastaya 10 yıl öncesine göre on binlerce dolar fazla harcama yapılmasına rağmen beklenen sağkalım süresi ancak haftalar düzeyinde arttırılabilmektedir. Bu veriler ışığında, ülkemiz için insani ve ekonomik yönden en önemli tehditlerden birisinin tütün ürünlerinin zararları olduğu ortadadır.

Tütün, dünya genelinde 20. Yüzyıl'da 100 milyon insan öldürmüştür; 21. Yüzyıl'da 1 milyar insanı öldüreceği beklenmektedir. Günümüzde her yıl 5,4 milyon insan tütünden ölmektedir. Eğer etkili önlemler alınmazsa 2030 yılına doğru yıllık ölüm sayıları 8 milyon kişiye ulaşacaktır (Resim 1). Tütün ölümlerinin günümüzde yaklaşık yarısı gelişmekte olan ülkelerde iken 2030'lu yıllarda %80'i gelişmekte olan ülkelerde olacaktır (1).

Bu, ne yazık ki doğal olmayan, insan eliyle yaratılan ve körüklenen yapay bir salgındır (Resim 2). Tütün endüstrisi özellikle gençlerin ve bayanların sigaraya başlaması, içenlerin daha fazla bağımlı olması ve bırakamaması, gittikçe daha fazla sigara tüketilmesi için gayret göstermektedir. Bu yapay salgın reklam, medya ve sosyo-kültürel ortam içinde ortaya çıkmaktadır. Dünya ticaretinin küreselleşme kuralları karşısında özellikle gelişmekte olan ülkelerin yeterli önlem alma yeteneklerindeki eksiklikler; "bilişsel küreleşme" denen, yerel kültürlerin küresel kültür karşısında erimesi (kültürel emperyalizm) ve dünya halklarının bilgilenme ve bilinçlemede gelişmiş ülkelere yetişememesi bu salgının temel kolaylaştırıcı faktörleridir. Sonuç olarak tütün endüstrisinin etkinlikleri sonucu sağlık ve yaşama hakkını yitiren kitleler ile ağır bedeller ödeyen devletler için bu durum gerçek bir ulusal tehditdir (2). Bütün bu veriler ışığında Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), bütün devletlere ve politik liderlere halk sağlığının en önemli düşmanı olan tütüne karşı acil hareket çağrısında bulunmaktadır (1).

Tütünün toplumlara ve bireylere verdiği zararları önlemede en etkili yöntemlerden birisi, tütün endüstrisinin reklam ve sponsorluk yapmasının yasaklanmasıdır (1). Ancak tütün şirketleri de, gittikçe artan reklam ve sponsorluk kısıtlamaları nedeniyle dolaylı ve gizli reklamlara başvurmaktadır. Bunlar özellikle sigara yasakları olan Türkiye gibi ülkelerde yapılmakta; kendi sigara markalarını daha ön plana çıkarma, seçilme şansını ve satışları artırma amacıyla kullanılmaktadır. Türkiye’de 1996 yılında yürürlüğe giren ve 2008 yılında yenilenen 4207 sayılı yasa, her türlü tütün ürününün açıktan veya dolaylı reklamını yasaklamaktadır.

Orhan Pamuk’un bir romanında dolaylı ve dolaysız sigara reklamları (ürün yerleştirme tekniği) saptanması üzerine, bireysel ve toplumsal düzeyde tütünün zararlarının önlenmesi konusunda çalışan sorumlu birer hekim ve akademisyenler olarak ödül öncesinde Nobel Şirketi de olmak üzere bazı girişimlerde bulunulmuştur.

Bu yazıda bu konudaki bulgular eşliğinde kültürel ortamda sigaranın önemi ve tütün şirketlerinin etkinlikleri irdelenmiştir.

### **OLGU ve BULGULAR**

Orhan Pamuk’un Kar Romanı 2002 yılında yayınlanmıştır (Resim 3). Yoğun reklamı yapılan bir roman olan Kar, tarafımızca ilk kez 2003 yılında okunmuştur. Tütünün zararlarına karşı mücadeleyi görev edinen bir hekim olarak bu ilk okumada kitapta anormal oranda sigara konusu geçtiği ve adeta bir markanın reklamı yapıldığı dikkati çekmiştir. Bu bulgular ilk kez 2003 yılında tütün mücadelesi ile ilgili kişilerle paylaşılmıştır. 2006 yılında Orhan Pamuk’un Nobel’e aday gösterildiği medyada duyurulduktan ve Kar romanının dünya genelinde satışının çok üst düzeylere çıktığı öğrenildikten sonra tekrar okunup irdelenmiştir.

Kitabın incelenmesiyle “sigara” kelimesinin 49 kez, “Marlboro” kelimesinin 9 kez geçtiği saptanmıştır. Bilinen diğer ulusal ve uluslararası sigara markaları da kitap içinde taranmış; ancak ‘Marlboro’ dışında başka marka saptanmamıştır.

Kitaptaki sigara betimlemeleri başlıca roman kahramanın etrafında geçmektedir. Romanın geçtiği 1990’lı yıllarda ülkemizde en çok tüketilen sigara markaları Tekel markalı sigaralar iken başka bir markadan söz edilmeksizin 9 kez

‘Marlboro’ markası okuyucuya sunulmuştur. Okuyucuya bilinç altı mesaj verilerek tütün ürünlerinin hayatın her alanında bulunduğu ve kabul gördüğü ve roman kahramanlarının ‘Marlboro’ içtiği gibi bir ortam yaratmak amaçlanmaktadır.

Ayrıca romanda geçen şu diyalog (s.323) da, bunun bir tesadüften ibaret olamayacağı, bir reklam olduğu kanısını güçlendirmektedir:

- Ka: “Yani bu ‘Marlboro’ nun içine, beni zehirleyecek, irademi gevşetecek özel bir ilaç bile koymadılar mı? Amerikalılar’ın dünyaya verdikleri en iyi şey kırmızı ‘Marlboro’ dur. Hayatımın sonuna kadar ‘Marlboro’ içebilirim.”

- Kadife (sevgilisi): “Makul davranırsan, bir kırk yıl daha ‘Marlboro’ içebilirsin!”

Bu diyalogta saptanan bilinçaltı verilen yanlış mesajlar şu şekilde analiz edilmiştir:

YANLIŞ: ‘Marlboro’ içine insanı zehirleyecek özel hiçbir madde koymadılar.

GERÇEK: Sigaranın içinde 4000’den fazla zehirli kimyasal madde bulunduğu, bunlardan 81 tanesinin insanda kesin olarak kanser yapıcı olduğu kanıtlanmıştır. Sigara sanayiinde ve ‘Marlboro’ üretiminde kullanılmakta olan yüzlerce ilave maddenin hangisinin ve ne kadar bulunduğu devletlerce bile bilinmemektedir. Dahası ülkemizde böylesine zehirli bir ürünü tetkik edecek, hangi oranlarda hangi zehirlerin ne kadar katıldığını gösterecek resmi, ulusal bir laboratuvar bile hala bulunmamaktadır.

YANLIŞ: İrademi gevşetecek özel ilaç koymadılar.

GERÇEK: Nikotin sigara içindeki özel bir uyuşturucudur. Sigara bağımlılığı ve bırakılmamasının temel nedenidir. Nikotin maddesi ve sigaradaki bazı diğer maddeler insan bilincinde uyuşturucu etki yapar. Öyle ki vahşi hayvanları durdurmak için kullanılan ve tüfekle atılan şırıngalarda nikotin kullanılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü, nikotini eroin ve kokain kadar bağımlılık yapan bir madde olarak ilan etmiştir.

YANLIŞ: Amerikalılar’ın dünyaya verdiği en iyi şey ‘Marlboro’ dur.

GERÇEK: Öyle olsa Amerikalılar hızla sigarayı ve ‘Marlboro’yu bırakmazlardı. Sigara şirketlerinin kendi ülkelerinde yasaklardan dolayı satamadıkları yüksek katranlı ve nikotinli sigaraları gelişmekte olan ülkelere her türlü yasal ve yasal olmayan yollarla satmaya çalıştıkları DSÖ tarafından bildirilmektedir. Bu cümle ayrıca Amerikalı’ların dünyaya iyi şeyler verdiğini dile getirerek romanda sözlük tanımı ile “kültürel emperyalizme” aracılık edildiğinin de kanıtı sayılabilir.

YANLIŞ: Hayatımın sonuna kadar ‘Marlboro’ içebilirim.

GERÇEK: Sigara içmek insanda haz hissine yol açabilmektedir ve sigara içilmediği sürece ortaya çıkan yoksunlukla birlikte bağımlılığın nedenidir. Kişi içmekte özgür olduğunu düşünürken aslında bağımlılık nedeniyle esas özgürlük sayılan “içmemeyi” başaramamaktadır. Hasta olduktan sonra ise ölüme dek geçen sürede sigara içme özgürlüğünün sadece yanlış bir algılamadan ibaret olduğu anlaşılabilir ancak bundan sonra hayatın sonuna kadar sigara içilmemekte veya içilememektedir.

YANLIŞ: Makul davranırsan bir kırk yıl daha içebilirsin.

GERÇEK: Makul davranmak sözü ile zararlı etkisi olduğunun kabul edilmekle birlikte zararın kişinin kontrolünde olduğu bilinçaltına yanlış olarak verilmektedir. Bağımlılık nedeniyle uzun süre makul davranmak mümkün değildir. Ayrıca sigaranın eşik dozu yoktur. Birakınız 40 yılı, 1 gün, 1 sigara bile sağlığa zarar verebilmekte ve ölüme yol açabilmektedir. Sigara, üreticisinin önerdiği şekilde kullanıldığında hasta eden, öldüren tek yasal sanayi ürünüdür. Bu cümlede tüketiciye kusurlu garanti denen yöntem uygulanmaktadır.

Yapılan girişimler ve sonuçları:

Bu bulgulardan sonra Nobel Ödülü öncesinde şu girişimlerde bulunulmuştur:

Uluslararası Kanser Örgütü’nün tütün mücadele ağı olan Globalink’te olay tartışmaya açılmış, birçok ülkeden tütün mücadele uzmanlarına durum aktarılmış, konunun uzmanlarından görüşler ve öneriler alınmıştır. Bir tütün mücadele uzmanı tarafından sigara şirketlerinden para karşılığı yazarların da, tıpkı sinema ve tv filmleri gibi, kitaplarında özellikle ‘Marlboro’ olmak üzere ürün yerleştirme denen

sigara reklamları yaptığının şüphe götürmez bir gerçek olduğu, Jack Higgins gibi ‘bestseller’ yazarların bilindiği ve Orhan Pamuk ile ilgili kuşkularımızın haklılığı ifade edilmiştir (3).

T.C. Sanayi Bakanlığı, T.C. Cumhurbaşkanlığı, Nobel Şirketi, DSÖ, Unesco, Amerikan Halk Sağlığı Enstitüsü’ne şikâyet dilekçeleri gönderilmiş; en azından yazarın tütün şirketi ile direkt veya dolaylı bir çıkar ilişkisi olup olmadığının beyan edilmesi gereği dile getirilmiştir. Yapılan başvurulara, bu kurum ve kuruluşlardan herhangi bir yanıt alınamamıştır.

Mevcut bulgular, 2007 yılında Türk Toraks Derneği Ulusal Kongresi’nde bildiri olarak sunulmuştur (4). Bu kongre Türkiye’de başta göğüs hastalıkları uzmanları olmak üzere tütünün zararları ile mücadele eden başlıca uzmanların katıldığı bir kongredir. Bu kongrede diğer bilim adamları ile bulgular tartışılmış ve Kar romanında açık ve örtülü sigara reklamı yapıldığı konusunda fikir birliğine ulaşılmıştır. Kongre sırasında bir basın bildirisi ile bulgular kamuoyunun dikkatine sunulmuştur. Basın bildirisi sonucu internet taramasından saptanabildiği kadarı ile konu iki ulusal genel gazetede ve 1 ulusal tıp gazetesinde haber yapılmıştır. Bunlardan birisi Bugün gazetesi (5), diğeri Radikal gazetesidir (6). Ulusal düzeyde başlıca hekimlere yönelik tıp gazetesi ise Medimagazin isimli gazetedir (7). Radikal Gazetesi zaman zaman Orhan Pamuk’un da editörlük yaptığı bir gazetedir ve 28.04.2007 tarihinde bildirimiz yorumsuz haber yapılmıştır. Gazetede Orhan Pamuk’un ortaya konan bilgileri açıklaması ve hakkında ortaya konan iddiayı yanıtlaması beklenirken, bir gün sonraki Radikal gazetesinde yazarın tam sayfa röportajı yayınlanmış, ancak sigara reklamları ile ilgili iddialara hiç bir yanıt verilmemiş; yazar tarafından “*Avrupa yanlıları baskı altında. Kuvvetlenen bir milliyetçilik var. Bunun en berbat sonucu, düşünce özgürlüğünün kısıtlanması ve aydınlara karşı yürütülen nefret kampanyaları*” şeklindeki politik açıklamalara yer verilmiştir (8).

## TARTIŞMA

Ülkemizde halen 23-28 milyon sigara içicisi olduğu hesaplandığında, yeterli önlemlerin alındığından bahsetmek mümkün görünmemektedir. Ayrıca, son 30 yılda sigara tüketiminin %80 artışı, alınan önlemlerin eksikliğinden öte bu tüketimin körüklendiğinin de kanıtıdır. Sadece 1990'lı yıllar boyunca başta 'Marlboro' olmak üzere uluslararası sigara şirketlerinin markalarının tüketiminin %1000 arttığı gösterilmiştir (9). Ulusal tütün tekeline, tekelin ortadan kaldırılmasına ve sonrasında devletin tamamen tütün sektörünü terketmesine giden süreçler bu tüketim artışlarına paralel seyreden süreçlerdir. Uluslararası şirketler adım adım pazara girmişler, her türlü yasal ve yasal olmayan yöntemi kullanarak yüksek oranda kar eden dev bir sektörü tamamen ele geçirmişler, başta kendi markaları olmak üzere öldürücü zehirlerinin tüketimini körüklemişlerdir (9).

Kar romanı yayımlandığı tarihte (2002) 4207 sayılı yasa yürürlüktedir ve her türlü tütün ürününün açık veya dolaylı reklamını yasaklamaktadır. Bundan başka direkt reklam olmasa bile tütün şirketlerinin her türlü sponsorluğunun da topluma zararlı olduğu kanıtlanmış ve kanun ile yasaklanmıştır.

Ürün yerleştirme, "dolaylı bir reklam tekniği olup markalı bir ürünün bir film, sahne eseri, konser, televizyon programı veya yazılı bir sanatsal ürün içerisine, ücret veya başka bir yarar karşılığında yerleştirilmesi" anlamını taşımaktadır. Saklı reklam için para almış bir ünlünün, adı geçen ürünün firması ile ticari bağını açıkça ortaya koymadığı ve reklam ile program yapımcılığı arasındaki ayırımı bulanıklaştırdığı için tüketiciyi yanıltıcı niteliktedir. Ayrıca vergi kaçağına da yol açabilmektedir.

Sanat etkileyici, dönüştürücü ve değiştirici bir işleve sahiptir. İnsanın davranışlarına ve eylemlerine yansır. Sanat aynı zamanda kavramları evrenselleştirme gücüne sahiptir. Edebiyat, "düşünce ve duyguları güzel ve etkili bir biçimde anlatma sanatı" olarak tanımlanırken ilk sistemli estetik felsefesinin kurucusu sayılan Alman felsefeci İmmanuel Kant'a göre, bir metnin sanat eseri sayılabilmesi için "çıkar gözetmemesi", başka bir deyişle kendi dışında hiçbir amaç taşımaması gerekmektedir (10). Ancak 200 yıl sonrasında açık ya da gizli birçok ürünün reklamını yapmak için sanat ve sanat eserleri bir araç olarak



kullanılmaktadır. Çünkü klasizmin kurucusu olarak bilinen ünlü Fransız eleştirmen ve şair Nicolas Boileau-Despréaux'un (1636-1711) dediği gibi: "*Sanatın aynasında güzelleşmeyen hiçbir canavar yoktur*"(11).

*Kültür emperyalizmi, "bir toplumu kuvvete müracaat etmeden, sessiz sedasız, hatta hüsn-ü kabul görerek, içten fethetmek ve toplumda uzun vadeli sömürme zeminini hazırlamak" demek olup "sömürülen toplum, sömüren toplumun kültür ve fikri atmosferine entegre edilmiş, yani yabancı kültürle bütünleştirilmiş olur"*(12). Ahmet Kabaklı'ya (13) göre ise, askeri, siyasi, iktisadi sömürgecilikten farklı olarak *kültür emperyalizmi, dışardaki mütecaviz kuvvetlerin veya paranın, tekniğin zoruyla değil, doğruca o milletin kaderine hükmeden yabancı ruhlu, kaypak zihniyetli, şahsiyetsiz liderlerin, idarecilerin, para şımarığı zenginlerin ve ana millete layık olmayan "aydın!"ların gönüllü gayretleri ile gelir.*

Kültür emperyalizmi, sigara şirketlerinin ürünlerinin kullanımını yaygınlaştırmak üzere kullandıkları taktiklerden birisidir. Başlıca sinema ve TV.lerde olmak üzere çeşitli sanat dalları ve hatta araba yarışları gibi sportif karşılaşmalar bu taktiklerin yerleştirilmesinde kullanılan önemli araçlardır. Epidemiyolojik araştırmalar filmlerde sigara sahneleriyle karşılaşma ile ergenlerin sigaraya başlaması arasında güçlü bir doz-yanıt ilişkisi olduğunu kanıtlamaktadır. Üst düzeyde maruz kalan ergenlerin alt düzeyde maruz kalanlara göre sigaraya başlama olasılıklarının 2-3 kat daha fazla olduğu gösterilmiştir. Bu bulgular sosyal öğrenme teorisi ile uyumludur. Yani özellikle ergenler olmak üzere kişiler gördükleri, seyrettikleri, okudukları kişileri örnek alabilmektedir (14). Başta sinema filmleri olmak üzere, alet edilen sanatsal aktivitelerde, tütün ve tütün kullanımının, eğlence, sıkıntıdan kurtulma, rahatlama, alışkanlık, bağımsızlık, seksi görünme, dostluk ve doğal görünme gibi öğelerle özdeşleştirilmiştir. Kahramanlaşmış sporcular, meşhur aktörler, müzisyenler ve diğer sanatçılar gibi toplumun gözü önündeki yaşam ve başarılar, tüm dünyada yüksek derecede algılanarak, ilgi çekmektedir. Bu konunun önemi nedeniyle Dünya Sağlık Örgütü, UNESCO ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi 1996 Yılı 31 Mayıs Sigarasız Dünya Günü'nün konusunu, "Tütünsüz Spor ve Sanat" olarak belirlemiştir ve dünya genelindeki aktiviteler ile toplumlara anlatmaya çalışmıştır.

Günümüzde ülkemizde de TV dizilerinde ve filmlerde sigara sahnelerinin üzeri örtülmektedir. Öyleki TC. Kültür Bakanlığı, tarihi Atatürk resimlerinden bile sigara görüntülerini silmektedir (15). Bu tarihe, tarihi belgelere müdahale etmek anlamında birçok eleştiri de alan bir uygulamadır. Oysa Atatürk zamanında sigaranın böylesine zararlı olduğu bilinmemektedir. Diğer yandan bu kadar reklamı yapılan ve Nobel Ödülü'nün motivasyonunu (Resim 4) ile çok sayıda kişi ve ülke tarafından okunma olasılığı dikkate alındığında, bu eserde de, adı geçen sorunla ilgili önlem alınmalıdır. Kaybedilen her dakika, zaman gittikçe şiddeti daha da artan bir halk sağlığı zararına ortam hazırlamaktadır. Mevcut durum edebiyata gizlenmiş sigara reklamlarının küreselleştirildiği anlamına gelmektedir.

Yazımıza kaynak olan eserin Nobel Ödüllü yazarı Orhan Pamuk'un 1 Kasım 2004'te Seattle Post Intelligencer'da yayınlanan röportajında, Amerika Birleşik Devletleri'ne ilişkin "Amerikan kültürü benim ikinci kültürüm. Lise ve üniversite yıllarımda bir kısmını ABD'de geçirdiğim için Amerika'yı kendime en yakın ikinci ülke olarak görüyorum. İkinci evim gibi yani" sözleri, sanatçı-sanat ve kültür emperyalizmi arasındaki bağı (kendi sözleriyle) kanıtlar nitelik taşımaktadır (16).

Gelelim "Nobel Edebiyat Ödülü Sağlığa Zararlı Olabilir mi?" sorusuna. Aslında Nobel Ödülleri, "27 Kasım 1895 tarihli ve 30 Aralık 1896 tarihinde **Stokholm**'de açıklanan vasiyetnamesiyle **Alfred Nobel** tarafından kurulan dernek tarafından verilen, insanlığa hizmet edenleri ödüllendirmek amacını taşıyan ve sahibine büyük saygınlık getiren ödüller" ([http://tr.wikipedia.org/wiki/Nobel\\_%C3%96d%C3%BClleri](http://tr.wikipedia.org/wiki/Nobel_%C3%96d%C3%BClleri)) olup Nobel Edebiyat Ödülü de her yıl bizzat **Alfred Nobel**'in sözleri ile "bir idealist eğilimi en farklı şekilde ifade eden yazara" verilmekte (ki, **Lev Tolstoy** ve **Henrik İbsen** gibi dünyaca tanınmış yazarların başlarda yazdıkları eserler yeterince idealistik bulunmadığından ötürü bu ödülü alamamışlardır) iken Nobel Ödüllü yazarımız Orhan Pamuk ise bir demecinde şöyle demektedir: "Bir önceki kuşağın yazarları, toplumsal sorumluluk hisseden, edebiyatın, ahlâka ve politikaya hizmet etmesi gerektiğini düşünen yazarlardır. Birçok yoksul ülkedeki yazarlar gibi, onlar da yeteneklerini, milletlerine hizmet etme arayışları yolunda harcadılar. Ben onlar gibi olmak istemiyorum" ([http://tr.wikipedia.org/wiki/Orhan\\_Pamuk](http://tr.wikipedia.org/wiki/Orhan_Pamuk) SG: 26 Eyl 2007).

Nobel Edebiyat Ödülünün Orhan Pamuk'a maddi yönden büyük yararlar getirdiği, kitaplarının ve içindeki zehirin dünya genelinde daha büyük kitlelere ulaşmasını hızlandırdığı kesindir.

Belki de, postmodern düşünce akımının gelişmiş ülkelerdeki etkisiyle artık günümüzde Nobel Ödülleri'nin insanlığa gerçekten hizmet edenleri değil de küresel vahşi kapitalizmi ya da büyük endüstri şirketlerine hizmet edenleri ödüllendirmesi ya da Nobel Edebiyat Ödülleri'nin de kimin için idealist olduğu konusunda şüpheler uyandıran eğilimlere hizmet eden yazarlara verilmesi çağı gelmiştir. Oysa ki, görüşümüze göre sanatçıların da bilim adamları gibi, toplumsal duyarlılığa saygı göstermesinin yanında daha da önemlisi öncülük görevi de vardır. Nitekim Dostoyevski'ye göre insan, özgür bir varlık olarak kötünden sorumludur ve O'na göre, kötü olan her şeyle mücadele edilmelidir (<http://www.netsozluk.net/sanat+toplum+icindir.html>).

## SONUÇ

Ülke ve dünya halkının en önemli sağlık sorunlarından birisi olan tütüne bağlı hastalıklar, tütün şirketleri tarafından birçok sinsi yöntemle artarak sürmektedir. Tütün şirketleri kültürü de kullanılmaktadır. Bu bildiri bu yöntemin ülkemizde de kullanıldığının kanıtı olarak değerlendirilmelidir. Halk sağlığı açısından kültürel etkinlikler de mercek altına alınmalı, kamu yönetimi gerekli önlemleri almaya devam etmelidir. Ünlü sporcular, aktörler, müzisyenler ve diğer sanatçılar gibi toplumun gözü önündeki kişiler, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de halk tarafından yüksek derecede algılanmakta, ilgi çekmektedirler. Bu onlara toplumlara özellikle gençlere ve çocuklara kötü örnek olmamaları sorumluluğunu da yüklemektedir. Yazarların da halkın ve dünya insanların sağlık ve yaşama haklarına saygı göstermesi, bilerek-kasten-bilinçli yanlış söylemlerle insanları zehirlememeye özen göstermesi kanuni ve ahlaki sorumluluktur. Sanat içinde özgürlük kavramı ardına sığınarak toplumları zehirleme hakkı düşünülemez. Hatta dolaylı reklamların tersine çevrilmesi ile sporcu, yazar ve sanatçılar sağlıklı bir yaşam tarzının da önderliğini, bayraktarlığını yapabilmelidirler.

### **Kaynaklar**

(1) WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: World Health Organization; 2008.

(2) <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=624241>. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan. Ulusal Tütün Kontrolü Eylem Planı açılış konuşması. Tiryakilerin gözünü korkuttu: Sigara, terörden daha tehlikeli. Zaman Gazetesi 2007.

(3) Repace J. Hidden Tobacco Ads. Karlıkaya C, editor. <http://member.globalink.org/advertising> . 8-11-2006. (Referans tipi: internet iletişimi)

(4) Karlıkaya C. Nobel Edebiyat Ödülü Sağlığa Zararlı Olabilir mi? <http://www.toraks.org.tr/kongre2007/abstract/words/878.doc>

(5) Nobel Edebiyat Ödülü sağlığa Zararlı mı? Bugün Gazetesi . 30-4-2007.

(Referans tipi: gazete makalesi)

(6) Nobel Edebiyat Ödülü Sağlığa Zararlı Olabilir! Radikal . 28-4-2007. (Referans tipi: gazete makalesi)

(7) Nobel Edebiyat Ödülü sağlığa zararlı olabilir mi? Medimagazin . 27-4-2007.

(Referans tipi: gazete makalesi)

(8) Der Spiegel'in Orhan Pamuk'la yaptığı röportaj. Avrupa Yanlıları Baskı Altında. Radikal Gazetesi . 29-4-2007.

(Referans tipi: gazete makalesi)

(9) Lawrence S. British American Tobacco's Failure in Turkey. Tob Control 2008 Oct 9;tc.

(10) Edebiyat. Ana Britanica 11, 71-73. 1994. İstanbul, Ana Yayıncılık.

(11) Sanatın Özelliği. <http://www.edebiyatsanat.com> 2008 October 19 [cited 2008 Oct 19]; Kaynak: <http://www.edebiyatsanat.com/sanat-yazilari/126-sanatn-ozalligi.html>

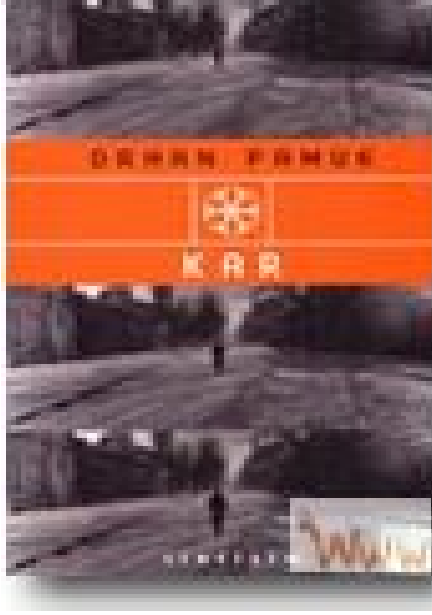
- (12) İbrahim Refik. Kültür Emperyalizmi. Sızıntı 2008 October 19 [cited 2008 Oct 19];1988; 30 (116) Kaynak: [http://64.233.183.104/search?q=cache:J\\_fjKoJE6DYJ:www.sizinti.com.tr/konular.php%3FKONUID%3D4462+edebiyatta+k%C3%BClt%C3%BCr+emperyalizmi&hl=tr&ct=clnk&cd=2&gl=tr](http://64.233.183.104/search?q=cache:J_fjKoJE6DYJ:www.sizinti.com.tr/konular.php%3FKONUID%3D4462+edebiyatta+k%C3%BClt%C3%BCr+emperyalizmi&hl=tr&ct=clnk&cd=2&gl=tr)
- (13) Kabaklı A. Kültür Emperyalizmi . İstanbul: Türk Edebiyat Vakfı; 2002.
- (14) Song AV, Ling PM, Neilands TB, Glantz SA. Smoking in movies and increased smoking among young adults. Am J Prev Med 2007 Nov;33(5):396-403.
- (15) Umut ERDEM / ANKARA. Atatürk 'rötuşla' sigarayı bıraktı. Hürriyet 2007 Dec 12. (Referans tipi: gazete makalesi)
- (16) Marshall J. A moment with ... Orhan Pamuk, novelist. [http://seattlepi.nwsorce.com/books/197391\\_moment01.html](http://seattlepi.nwsorce.com/books/197391_moment01.html) 2004 November 1 Kaynak: [http://seattlepi.nwsorce.com/books/197391\\_moment01.html](http://seattlepi.nwsorce.com/books/197391_moment01.html)



**Resim 1.** Ülkemizde sigara salgının tehlikesini vurgulamak amacıyla 2007 yılında toplumsal bir kampanyada kullanılan görsel.



**Resim 2.** Günümüzdeki tütün salgının ardındaki gerçekleri 1998 yılında gözler önüne seren bir karikatür (Cumhuriyet Dinazor Dergisi, 12 Şubat 1998).



**Resim 3.** Orhan Pamuk'un Kar isimli romanın kapağı.



**Resim 4.** Yazar'ın kitaplarına yapıştırılan, birçok ülkede ve dilde yaygınlığını vurgulayan reklam çıkartması.